

# MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA CON MENCIÓN EN GERENCIA DE MARCA

MASTER IN MARKETING, MENTION IN BRANDING

ESCUELA  
DE  
NEGOCIOS



## BIENVENIDOS

La preparación académica es una decisión de vida. La misma demanda un compromiso personal para que el ser humano llegue a obtener objetivos trascendentales. Si bien es cierto, las experiencias que acumulamos son la esencia para llegar a sentir realizaciones individuales, no es menos cierto que la avidez por aprender es la llama que enciende nuestras mentes para soñar y alcanzar resultados inimaginables.

La generación de la vacuna mRNA-1273 es el más reciente y vívido ejemplo de como dos mentes brillantes dieron inicio, hace más de veinte años, a los fundamentos con los cuales, hoy el mundo tiene una de las formas efectivas de controlar el COVID-19.

En el campo empresarial, el impacto de lo acontecido en el 2020 causó grandes cambios, y los efectos completos en la manera de conducir los negocios están apenas empezando, pero serán permanentes. Frente a estas nuevas realidades, se vuelve imperativo reincorporarse a las aulas universitarias.

La Universidad de Las Américas combina los tres elementos de lo que debe ser una fructífera fase de posgrado en la administración de negocios. Una sólida instrucción académica, combinada con la vasta experiencia profesional que comparten sus directores y docentes, permite que la vivencia de sus estudiantes durante el desarrollo de los programas de maestría sea de permanente desafío intelectual.

La Escuela de Negocios empieza este proceso entrevistando a cada uno de sus postulantes para conocer sus objetivos, su experiencia de trabajo, y con ello apoyar a sus maestrantes en su desarrollo personal y profesional, a través del tiempo en el que cursan sus programas de posgrado.

Una formación holística e integral, junto a la promoción de los valores éticos y morales, hacen de nuestros graduados, pilares para la construcción de una sociedad más próspera y sostenible.

La Escuela de Negocios te invita a ser un nuevo líder empresarial, con sentido crítico y compromiso con el desarrollo económico y social de nuestro país.



Iván Andrade  
Decano de la Escuela de Negocios



## ¿Cómo la Maestría en Mercadotecnia con mención en Gerencia de Marca , enriquece tu perfil profesional?

La Maestría en Mercadotecnia con mención en Gerencia de Marca de la UDLA constituye un programa de alto nivel, diseñado para que sus graduados construyan y lideren marcas de alto impacto, gracias a su malla curricular de vanguardia con tópicos en mercadeo avanzado, *branding*, neuromarketing, *business intelligence*, así como renovados conceptos de segmentación y posicionamiento.

## ¿Qué esperar del programa?

El avance de la tecnología, caracterizado por la introducción de modelos interactivos de comunicación, ha incidido en el comportamiento de las personas. Situación que ha derivado en la necesidad corporativa de generar nuevos vínculos con sus *stakeholders*, mediante la construcción de planes de mercadeo sólidos, diferenciados por su innovación e integración de perspectivas locales y globales. Por ello, la elaboración de estrategias de marketing para posicionar marcas de éxito, constituye una prioridad en un entorno cada vez más competitivo y cambiante.

Es así que, este programa ha sido diseñado para que se adquieran conceptos estratégicos en gerencia de marca y se administren portafolios de productos a través de diversas herramientas tecnológicas. Al respecto, la maestría dispone de un laboratorio en neuromarketing y cuenta con profesores de amplia trayectoria académica y gerencial, que facilitan la comprensión de diversas temáticas de mercadeo.

Igualmente, el programa ofrece conferencias con expertos, seminarios, simuladores, congresos, viajes internacionales y material académico de Harvard Business Publishing, con el objetivo de apuntalar la formación integral de los maestrantes.

## Ventajas del programa

- Pénsum/malla de vanguardia enfocada en generar el mejor conocimiento en marketing.
- Docentes de comprobada trayectoria en su área de enseñanza, desempeñándose en cargos gerenciales
- Única maestría a nivel nacional con énfasis en branding/gerencia de marca
- Único programa de posgrado en el país con formación en neuromarketing
- Alto nivel de satisfacción por parte de los estudiantes y graduados.
- Alta tasa de graduados (superior al 90%) que incluye corto tiempo de titulación
- 100% de nuestros graduados están laborando en empresas públicas o privadas, o han desarrollado sus propios emprendimientos.

## Dirigido a:

Profesionales con título de tercer nivel debidamente registrado por el órgano rector de la política pública de educación superior, en carreras afines u otras áreas, preferentemente con experiencia profesional, que demuestren interés y aptitud en el campo del conocimiento del programa.

El interés y la aptitud se evaluarán a través del proceso de admisión institucional.

## Requisitos de ingreso

- Tener título de tercer nivel registrado en la Sistema Nacional de Información de Educación Superior del Ecuador (SNIESE).
- Cumplir con los requisitos de admisión institucional.



## Modalidad

Presencial

## Duración del programa

2 períodos.

## Horarios

Jueves y viernes en la noche. Sábados en la mañana.

\*Los horarios pueden estar sujetos a cambios en función de la programación académica debido a semanas intensivas las cuales serán notificadas con anticipación.

## Metodología

Los profesores de la maestría acompañan a los participantes durante un trayecto lleno de retos y vivencias en las que todos son protagonistas de un proceso que mejora competencias, amplía perspectivas e impulsa iniciativas.

Para ello, se cuenta con múltiples metodologías de aprendizaje, orientadas a la enseñanza andragógica, entre las cuales se puede mencionar: metodología de estudios de casos, aprendizaje teórico práctico; aprender haciendo, workshops diseñados para aprendizaje; *team works* (trabajo en equipo), uso de simuladores, entre otros.

El programa se apoya en un sistema de aula virtual que facilita la interacción entre docentes y estudiantes, a través de varios recursos tecnológicos, lo que fortalece y facilita un aprendizaje integral.





## **Campo ocupacional**

Los graduados de la Maestría en Mercadotecnia con mención en Gerencia de Marca pueden desempeñarse como:

- Gerente de Marketing.
- Brand Manager.
- Product Manager.
- Gerente de Business Intelligence.
- Gerente de medios en agencias publicitarias
- Gerente en empresas de investigación de mercados.
- Director en empresas especializadas en servicios de marketing.

La sólida formación impartida a lo largo del programa, permite que posterior a su culminación, los maestrantes analicen y evalúen los conceptos, metodologías y técnicas necesarias para desarrollar estrategias de marketing integrales, al tiempo que asesoran y lideran la provisión de servicios de mercadeo y sus áreas conexas.

## Descripción de materias

### **Estrategia corporativa y de mercadeo**

Esta asignatura precisa los principios y fundamentos que permiten articular el plan de marketing con los objetivos estratégicos de negocio: análisis Pest, estrategias de diferenciación, modelo Canvas y diseño de propuestas de valor.

### **Segmentación y posicionamiento de marca**

Los posgradistas profundizan en los pilares estratégicos del marketing y cómo estos se vinculan con la propuesta de valor; discuten diferentes métodos y variables de segmentación; y abordan amplias estrategias de recordación, asociación de marca y posicionamiento.

### **Neuromarketing y user experience**

Este taller, a partir de las prácticas en laboratorio, explora los efectos de la comunicación y publicidad en el cerebro humano, con la intención de predecir el comportamiento del consumidor y diseñar propuestas efectivas de marketing.

### **Experiencial marketing y comportamiento del consumidor**

Esta asignatura analiza, por etapas, el comportamiento del consumidor y los momentos críticos de verdad; propone el desarrollo de experiencias memorables; y propicia el diseño del customer journey map y empathy map. Finalmente, se revisan principios de user experience.

### **Trade marketing y gerencia de canales**

¿Qué rol desempeña la distribución en el mix de marketing? Esta asignatura indaga en aquellas estrategias aplicadas a canales de distribución, que incrementan el reconocimiento de las marcas. De igual forma, estudia las estructuras, redes e indicadores clave (KPI) que miden la gestión en trade marketing.

### **Políticas y gestión de precios**

Esta asignatura comprende dos ejes complementarios: por un lado, inspecciona técnicas para la definición, gestión y manejo de estructuras de precios; por el otro, abarca análisis comparativos y métodos de tarificación.

### **Estrategia de medios**

Esta asignatura examina los indicadores clave de desempeño en una campaña publicitaria y las tendencias de optimización de pauta: planificación en medios masivos, alternativos BTL y no tradicionales.

### **Gerencia de marcas**

Los posgradistas profundizan en la tipología de marca: marca sombrilla, submarca, marca institucional. Igualmente, revisan estrategias de gestión, procesos de construcción y particularidades de la marca blanca.

### **Inteligencia de negocios/ *business intelligence***

¿Cómo interpretar la información que proviene de las herramientas en inteligencia de negocio? Esta asignatura enfatiza en el manejo estratégico de data mining, big data, marketing con base de datos, entre otros aspectos.

### **Evaluación financiera de proyectos**

Esta asignatura se fundamenta en los conceptos esenciales y técnicas básicas para el análisis de información financiera: análisis de estados financieros, cálculo de TIR y VAN, reportes, activos e inventarios, inversiones intercorporativas, operaciones globales y ratios financieros.

### **Proyecto MMGM**

Identificarán problemas de investigación y los métodos cualitativos y cuantitativos aplicables en cada caso. Los estudiantes aprenderán a leer críticamente textos científicos propios del área del conocimiento, a planificar estratégicamente la revisión de la literatura, a usar gestores bibliográficos y normas de citación. Al final del proyecto se espera que los estudiantes entreguen un texto académico en el que se plasmen los resultados del proceso de investigación.



## **Cuerpo docente**

El cuerpo docente de la Maestría en Mercadotecnia con mención en Gerencia de Marca está conformado por expertos nacionales e internacionales, gerentes con experiencia directa en cada campo de enseñanza.

Todos los docentes cuentan con títulos de 4to nivel (doctorados y maestrías) obtenidos en prestigiosas universidades a nivel mundial.

## Financiamiento

La Universidad de Las Américas cree en el potencial que tienes para alcanzar tus sueños. Por ello, disponemos de distintas alternativas de financiamiento para realizar tus estudios de posgrado:

- Pago de contado: efectivo, depósito o transferencia bancaria.
- Diferido de colegiatura\* hasta 48 meses sin intereses con tarjetas de crédito Visa y Mastercard de las siguientes instituciones: Pichincha, Diners Club y Discover, Pacífico, Produbanco, Bolivariano, Banco de Machala, Amazonas, Solidario, Mutualista del Azuay, Mutualista Imbabura, Cooprogreso, JEP.
- Créditos educativos con Banco Pichincha y Banco Bolivariano (consulta condiciones).

Selecciona la opción más conveniente para ti y descubre cómo esta inversión académica hará que tu futuro se muestre exitoso y con mayores oportunidades.

\*Difiere también tu matrícula hasta 6 meses con intereses.





**Miembros de:**



**#1 en Innovación**

 SCIMAGO INSTITUTIONS RANKINGS  
2020



Campus UDLAPARK: Redondel de El Ciclista, vía a Nayón.  
Campus Granados: Av. Granados y Colimes, esq.  
Campus Colón: Av. Colón y Av. 6 de Diciembre.  
Campus Queri: José Queri y Av. Granados.  
Teléf.: (02) 3981000 marca \*2.  
admission@udla.edu.ec