

# MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA, MENCIÓN ESTRATEGIA DIGITAL

MASTER IN MARKETING, MENTION IN DIGITAL STRATEGIES

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, mención Estrategia Digital, enriquece tu perfil profesional?

Un contexto altamente competitivo e interconectado, marcado por la irrupción de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TICs), requiere la preparación de expertos y profesionales capaces de implementar estrategias y campañas de mercadeo de manera creativa y estructurada. Más aún, si se considera un ecosistema digital (redes sociales, aplicaciones, páginas web), que precisa de acciones lo suficientemente innovadoras para atrapar la atención de usuarios y clientes.

Precisamente, la Maestría en Mercadotecnia, mención Estrategia Digital de la UDLA constituye un programa de alto nivel diseñado para que, sus graduados, lideren emprendimientos y áreas digitales de alto impacto. Su propuesta académica se fundamenta en módulos especializados en marketing, complementados con materias de formación directiva y gerencial.

La mercadotecnia es una de las áreas del conocimiento que exige una formación continua. Por ello, este programa responde a las últimas tendencias de la industria.

## ¿Qué esperar del programa?

La Maestría en Mercadotecnia, mención Estrategia Digital, otorga los conocimientos y destrezas necesarias para que sus graduados estén en la facultad de liderar negocios web, en tanto establecen sólidos modelos de fijación de precios y robustas estrategias de comunicación, CRM y mercadeo móvil.

Conocimientos en segmentación de mercados, comercio electrónico, redes sociales y otras herramientas de vanguardia, completan una formación integral que articula la enseñanza académica y la aplicación práctica, con el objetivo de fortalecer el perfil laboral de nuestros estudiantes.

El modelo de aprendizaje de la maestría incluye el estudio de casos reales, la investigación aplicada y el análisis de métricas y datos.

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

## Ventajas del programa

- Permite analizar tendencias de consumo, segmentos relevantes y oportunidades de negocio.
- Promueve el desarrollo de emprendimientos innovadores a través de técnicas en negocios digitales, publicidad y gestión de medios.
- Brinda el conocimiento para formular planes de marketing en función de los objetivos estratégicos de la empresa y el contexto que la rodea.
- Orienta en el diseño de proyectos de investigación aplicada en mercadotecnia y negocios digitales.

## Convenio

Universidades asociadas para la excelencia académica:

- Madrid School of Marketing (España).

## 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 el 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, el modelo de aprendizaje está orientado hacia el estudio de casos y el trabajo en equipo: ejes que facilitan la comprensión y discusión sobre temas de coyuntura que se analizan en clase. 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, mención Estrategia Digital, estarán en la capacidad de:

- Establecer estrategias de negocios digitales y de mercadotecnia 2.0
- Brindar asesoría a empresas que desean incursionar en el espacio digital, ya sea con sus propios proyectos de e-commerce o vía plataformas virtuales posicionadas.
- Determinar modelos de fijación de precios y promociones de productos o servicios que se comercializan en páginas web.
- Diseñar estrategias digitales y de mercadeo móvil.

El graduado podrá trabajar en el sector público o privado y utilizar las herramientas propias de la mercadotecnia y los negocios electrónicos, de publicidad y manejo de medios por internet para crear valor en su organización.

Específicamente podrá laborar como:

- Gerente de marketing.
- Gerente de marketing digital.
- Consultor en estrategia digital.
- Emprendedor en negocios digitales.
- Gerentede canales digitales.

De esta forma, conocerá todas las estrategias y técnicas propias de los negocios digitales, así como su trascendente contribución al desarrollo del país. La sólida formación impartida a lo largo del programa permite que, posterior a su culminación, los posgradistas analicen y evalúen los conceptos, metodologías y técnicas empleadas para desarrollar negocios digitales.

## Descripción de materias

### 1 período

#### **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 tipología de clientes**

Los posgradistas profundizan en los pilares estratégicos del marketing y cómo estos se vinculan con la propuesta de valor. Además, discuten diferentes métodos y variables de segmentación y su aplicación en medios digitales.

#### **Estrategia y ecosistema digital**

El marketing contribuye al cumplimiento de los objetivos de negocio. En este sentido, esta asignatura diferencia las acciones operativas de aquellas estrategias digitales que aportan al crecimiento de las organizaciones. Asimismo, explora la estructura de los ecosistemas digitales, funciones y características.

#### **Inbound marketing, content & storytelling**

Esta asignatura revisa estructuras y estrategias de *inbound* marketing; examina tendencias de contenidos y narrativas de vanguardia; e indaga en la dinámica del *storytelling*.

#### **Neuromarketing y user experience**

Introducción al comportamiento del consumidor, *consumer neuroscience* y neuromarketing, soluciones empresariales, user experience basada en herramientas de neuromarketing son algunos de los componentes de esta asignatura.

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

Esta materia aborda: estrategias de definición de precios, gestión y manejo de estructuras de precios, métodos de tarificación, esquemas de precios para plataformas digitales y simuladores para fijación de precios.

#### **Publicidad digital y performance**

¿Cuál es la diferencia entre *branding* y *performance*? ¿Cómo se complementan? Esta asignatura revisa las particularidades de dichos ámbitos, examina las particularidades de una campaña de publicidad digital, y propicia el análisis con base en indicadores de gestión.

## 2 período

### **Estrategia de medios**

En esta materia se promueve el conocimiento con la definición de medios masivos, medios tradicionales, medios digitales, BTL y, con la interpretación de un plan de medios masivos y/o digitales e indicadores claves de desempeño en una campaña publicitaria.

### **E-commerce y omnicanalidad**

Esta asignatura aborda la dinámica del comercio electrónico: características, beneficios, alcance y nuevos modelos de negocio. Así, los posgradistas adquieren pautas y herramientas de seguridad web y discuten estrategias de omnicanalidad.

### **Mobile marketing**

Los posgradistas crean estrategias para dispositivos móviles, descubren herramientas, plataformas y nuevas oportunidades de negocio. Además, exploran temas de geolocalización, aplicaciones, publicidad móvil y gaming.

### **Proyecto MMED**

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, mención Estrategia Digital, está conformado por catedráticos de amplia trayectoria académica y profesional.

Todos los profesores, nacionales e internacionales, cuentan con títulos de 4to nivel -doctorados y maestrías- obtenidos en prestigiosas universidades a nivel mundial.

Adicionalmente, emprendedores son invitados a compartir sus experiencias.

## 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