

MAESTRÍA EN MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL

INFORMACIÓN GENERAL

Perfil de ingreso de los estudiantes: Profesionales con actitud emprendedora e interés en herramientas y conocimientos de investigación, tecnología, funciones y actividades propias de la mercadotecnia para transmitir mensajes en medios digitales. Los aspirantes deben ser profesionales a nivel de Licenciatura o con cierre de p^éns^um, en este caso, condicionados a que, para obtener el nivel de maestría, tienen que haberse graduado en la carrera que estudian en el pregrado.

Perfil de egreso de los estudiantes: Desarrollar estrategias de mercadotecnia y ventas en las empresas. Generar propuestas de valor previa al lanzamiento de un producto, así como realizar un análisis y diagnóstico situacional de una organización. Implementar estrategias de atracción y fidelización de clientes en diferentes entornos y situaciones de la dirección de una empresa. Comprender el comportamiento del comprador para desarrollar procesos de compra individual y organizacional y fundamentado en las diferentes normas que regulan la protección del consumidor. Conocer las necesidades del mercado a través del uso de diferentes técnicas de investigación de mercados. Comunicar a través de los diferentes tipos de tecnologías el desarrollo de todo tipo de elementos comunicativos mediante imágenes, blogs, redes sociales, vídeos o páginas web.

Modalidad de estudio: SEMIPRESENCIAL, clases sincrónicas virtuales y exámenes presenciales.

Horario de clases: Sábados, de 08:00 a 12:00 horas y de 13:00 a 15:00 horas; martes y jueves, de 18:15 horas a 21:30 horas. Los horarios del programa están sujetos a demanda.

Cumplimientos: Asistencia reglamentaria (80%) a las sesiones, la evaluación final por materia y la presentación de trabajos finales de la carrera. Además de haber cumplido con todos los requisitos administrativos, financiero y académicos correspondientes, es indispensable presentar y defender, ante una Terna, el proyecto de graduación, o tesis.

Título a otorgar: Maestro en Marketing y Comunicación Digital

PÉNSUM

Primer Trimestre:

1. Emprendimiento
2. Gestión de la Empresa
3. Economía de mercado

Segundo Trimestre:

1. Estadística
2. Habilidades, Estratégicas y Directivas
3. Economía, Derecho y Política Liberal

Tercer Trimestre:

4. Fundamentos del Derecho
5. Liderazgo y comunicación Organizacional
6. Costos, presupuestos y finanzas Empresariales

Cuarto Trimestre:

7. Gestión y Aseguramiento de la Calidad
8. Fundamentos del Marketing
9. Comercio Internacional

Quinto Trimestre:

10. Inteligencia de mercados
11. Análisis y estudios de mercado
12. Antropología del Consumo y Comportamiento del Consumidor

Sexto Trimestre:

13. Campañas Publicitarias
14. Branding, Diseño y Desarrollo de productos
15. Decisiones de Precios, control y Gestión comercial

Séptimo Trimestre:

16. Marketing y Comunicación Digital y Social Media
17. Logística de Distribución y Merchandising
18. Seminario de Investigación I

Octavo Trimestre:

19. Métrica de Marketing y Comunicación Digital
20. Seminario de Casos de Marketing y Comunicación Digital
21. Seminario de Investigación II

CUOTAS

Inscripción (semestral)	Q700.00
Mensualidades	Q900.00
Certificación de cursos (semestral)	Q60.00
Biblioteca virtual (anual)	Q 10.00
Carné	Q 25.00

La asesoría y revisión de tesis estará sujeto al normativo vigente en el momento en que el maestrando inicie su tesis.

REQUISITOS DE PREINSCRIPCIÓN

- 1 Fotografía tamaño cédula a color
- Título a nivel de Grado o Maestría
- Certificado de Nacimiento
- Documento Personal de Identificación
- Llenar el **formulario de inscripción** de posgrados
(enlace del formulario: https://udeo.edu.gt/inscripcion_pos/)

** Escanear y enviar todos los documentos correctamente identificados (originales y de ambos lados en caso necesario) al correo:

maestriasydoctorados@udeo.edu.gt