

Plan de estudios

BLOQUE OBLIGATORIO

1. Auditoria y evaluación de marcas.
2. Canales de distribución y retail.
3. Desarrollo de proyectos transmedia.
4. Estrategias de comunicación publicitaria y patrocinios.
5. Estrategias de precio y promoción.
6. Habilidades analíticas y minería de datos.
7. Innovación y creatividad para la planeación estratégica.
8. Inteligencia estratégica de mercados.
9. Mercadotecnia digital.
10. Mercadotecnia global.
11. Mercadotecnia integral y construcción de marcas.
12. Neuromarketing.
13. Seminario de desarrollo de proyectos y emprendimiento.
14. Seminario de dirección y evaluación de proyectos.
15. Seminario de investigación estratégica aplicada al diseño de proyectos.
16. Mercadotecnia social y sustentable.
17. Ética de la mercadotecnia

ELECTIVAS PROFESIONALES

- Análisis de información y *Big Data*.
- Comercio electrónico.
- Comunicación y planeación de mercadotecnia.
- Desarrollo de un proyecto de responsabilidad social.
- Generación de nichos de mercado y segmentación.
- Innovación de marcas y emprendimiento.
- Mercadotecnia social y sustentable.
- Metodología de la investigación.
- Modelos de gestión y lealtad al cliente.
- Modelos de valor de marca.
- Semiótica de la comunicación de marca.

FORMACIÓN MULTIDISCIPLINAR

- Bases psicopedagógicas del aprendizaje.
- Dirección de empresas de comunicación.
- Metodología y enfoque de coaching.
- Tópicos avanzados de creatividad aplicada al diseño.