

MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA

Plan de estudios cuatrimestral

ÁREA MAYOR

- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA AL MERCADO
- INFORMÁTICA APLICADA A LOS NEGOCIOS
- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
- ANÁLISIS PARA LA TOMA DE DECISIONES
- PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE VENTAS
- INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE NEGOCIOS
- ENTORNO ORGANIZACIONAL
- LIDERAZGO Y MANEJO DEL CAMBIO
- GERENCIA DE VENTAS
- COACHING

ÁREA DE ESPECIALIZACIÓN

- ADMINISTRACIÓN DE LA MERCADOTECNIA
- MERCADOTECNIA INTERNACIONAL
- MERCADOTECNIA ESPECIALIZADA
- SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MERCADOTECNIA
- SEMINARIO INTEGRADOR DE MERCADOTECNIA