Maestría Oficial Universitaria

Dirección Comercial y de Mercadotecnia

Nº de RVOE: 20210621

RVOE
EDUCACIÓN SUPERIOR

Título reconocido en USA

TECH es miembro de:

ebea

tech universidad

tech universidad

Nº de RVOE: 20210621

Maestría Oficial Universitaria **Dirección Comercial y de Mercadotecnia**

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **21 meses**

Fecha acuerdo RVOE: **07/04/2021**

Acceso web: **www.techtitute.com/mx/escuela-de-negocios/maestria-universitaria/maestria-universitaria-direccion-comercial-mercadotecnia**

Índice

01 Presentación del programa — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? — pág. 8

03 Plan de estudios — pág. 12

04 Convalidación de asignaturas — pág. 24

05 Objetivos docentes — pág. 30

06 Salidas profesionales — pág. 36

07 Idiomas gratuitos — pág. 40

08 Metodología de estudio — pág. 44

09 Titulación — pág. 54

10 Reconocimiento en USA — pág. 58

11 Homologación del título — pág. 62

12 Requisitos de acceso — pág. 66

13 Proceso de admisión — pág. 70

01

Presentación del programa

Cada vez más empresas demandan la incorporación de profesionales especializados en Dirección Comercial y Mercadotecnia, debido a que se trata de un perfil polivalente y necesario a la hora de lograr los objetivos de la organización. Esto se debe al funcionamiento del sistema orientado a una nueva visión de negocio, enfocada en la gestión comercial y en el diseño de estrategias que repercutan de forma positiva en la empresa, con la consecuente adaptación del sector a las necesidades actuales. Para aprovechar estas oportunidades, los especialistas necesitan adquirir una ventaja competitiva que les diferencie del resto de candidatos. Por eso, TECH lanza una innovadora titulación universitaria 100% online enfocada en las últimas tendencias en Dirección Comercial y de Mercadotecnia. Además, este título universitario está considerado equivalente en EE. UU. por un Master of Business Administration.

Este es el momento, te estábamos esperando

Forma parte de este programa 100% online y oficial de TECH y obtén una equivalencia académica reconocida en EE. UU.”

En un mercado cada vez más competitivo y globalizado, la Dirección Comercial y la Mercadotecnia desempeñan un papel crucial tanto en el crecimiento como la sostenibilidad de las organizaciones. Según un nuevo informe de una prestigiosa consultora, las empresas que integran estrategias de marketing y ventas alineadas con sus objetivos comerciales obtienen un 20% más de ingresos que aquellas que operan de forma independiente. Ante esto, los profesionales necesitan manejar las estrategias más sofisticadas para mejorar la fidelización y el valor de las marcas.

En este contexto, TECH presenta una revolucionaria Maestría Oficial Universitaria en Dirección Comercial y de Mercadotecnia. Ideada por referencias en este campo, el plan de estudios analizará cuestiones que abarcan desde la gestión económica o investigación de mercados hasta técnicas de *coaching* personal. De este modo, los alumnos obtendrán competencias avanzadas para diseñar e implementar estrategias de marketing integradas y orientadas a resultados, alineadas con los objetivos comerciales de la organización y adaptadas a distintos mercados y audiencias. En esta misma línea, los contenidos didácticos ofrecerán a los egresados diversas estrategias en Mercadotecnia Operativa para posicionar los productos en el mercado.

Para afianzar todos estos contenidos, TECH emplea el vanguardista método del *Relearning*, consistente en la reiteración progresiva de los conceptos clave para su correcta asimilación. Además, la titulación universitaria proporciona a los egresados una diversidad de casos prácticos reales, permitiendo así que los profesionales se ejerciten en entornos simulados para acercarlos a la realidad de la atención ante situaciones de emergencia. En este sentido, para acceder a los recursos educativos los enfermeros solo requerirán un dispositivo electrónico capaz de conectarse a internet.

Podrás acceder a los contenidos de esta titulación universitaria desde cualquier dispositivo con conexión a internet en el momento que tú elijas”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000 programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional.

Te damos +

Estudia en la mayor universidad digital del mundo y asegura tu éxito profesional. El futuro empieza en TECH”

La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistumba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien online y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículo de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.

Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.

La universidad mejor valorada por sus alumnos

Los alumnos han posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo en los principales portales de opinión, destacando su calificación más alta de 4,9 sobre 5, obtenida a partir de más de 1.000 reseñas. Estos resultados consolidan a TECH como la institución universitaria de referencia a nivel internacional, reflejando la excelencia y el impacto positivo de su modelo educativo.

03

Plan de estudios

El mercado requiere que los profesionales del sector actualicen sus conocimientos en Mercadotecnia. Por ello, TECH ha desarrollado un programa que busca mejorar las habilidades de los estudiantes que deseen llevar sus carreras profesionales a un paso más allá: ser un directivo reconocido en el departamento comercial. De esta manera, se presenta un plan de estudios 100% online, que permitirá a los estudiantes continuar con su capacitación desde cualquier parte del mundo y sin abandonar sus obligaciones diarias.

Un temario completo y bien desarrollado

Disfrutarás de un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario”

Durante las 11 asignaturas del programa, el estudiante analizará multitud de casos prácticos mediante los escenarios simulados planteados en cada uno de ellos. Ese planteamiento práctico se completará con actividades y ejercicios, acceso a material complementario, vídeos *in focus*, videos de apoyo, clases magistrales y presentaciones multimedia, para hacer sencillo lo más complejo y establecer una dinámica de trabajo que permita al estudiante la correcta adquisición de competencias.

> *Contarás con el mejor cuadro docente y los materiales didácticos más avanzados, de modo que todo el proceso de aprendizaje sea rápido y sencillo"*

Dónde, cuándo y cómo se imparte

Esta Maestría Oficial Universitaria se ofrece 100% online, por lo que el alumno podrá cursarlo desde cualquier sitio, haciendo uso de una computadora, una tableta o simplemente mediante su *smartphone*. Además, podrá acceder a los contenidos de manera offline, bastando con descargarse los contenidos de los temas elegidos en el dispositivo y abordarlos sin necesidad de estar conectado a Internet. Una modalidad de estudio autodirigida y asincrónica que pone al estudiante en el centro del proceso académico, gracias a un formato metodológico ideado para que pueda aprovechar al máximo su tiempo y optimizar el aprendizaje.

En esta Maestría con RVOE, el alumnado dispondrá de 11 asignaturas que podrá abordar y analizar a lo largo de 21 meses de estudio.

Asignatura 1	Administración y liderazgo
Asignatura 2	Logística y gestión económica
Asignatura 3	Investigación de mercados
Asignatura 4	Dirección comercial
Asignatura 5	Estructura y organización comercial
Asignatura 6	Formación y entrenamiento de la red de venta
Asignatura 7	Estrategia en administración de Mercadotecnia y Mercadotecnia operativa
Asignatura 8	Mercadotecnia internacional
Asignatura 9	Mercadotecnia digital
Asignatura 10	Administración de la relación con el cliente
Asignatura 11	Mercadotecnia uno a uno

Los contenidos académicos de este programa abarcan también los siguientes temas y subtemas:

Asignatura 1. Administración y liderazgo

1.1. Administración general
- 1.1.1. Integración de estrategias funcionales en las estrategias globales de negocio
- 1.1.2. Política de gestión y procesos
- 1.1.3. Sociedad y empresa

1.2. Dirección estratégica
- 1.2.1. Establecer la posición estratégica: misión, visión y valores
- 1.2.2. Desarrollo de nuevos negocios
- 1.2.3. Crecimiento y consolidación de la empresa

1.3. Estrategia competitiva
- 1.3.1. Análisis del mercado
- 1.3.2. Ventaja competitiva sostenible
- 1.3.3. Retorno de la inversión

1.4. Estrategia corporativa
- 1.4.1. Estrategia corporativa de manejo
- 1.4.2. Estrategia corporativa de precio
- 1.4.3. Estrategia corporativa integral

1.5. Planificación y estrategia
- 1.5.1. Relevancia de la dirección estratégica en el proceso de control de gestión
- 1.5.2. Análisis del entorno y la organización
- 1.5.3. Gestión eficiente

1.6. Gestión del talento
- 1.6.1. Gestión del capital humano
- 1.6.2. Entorno, estrategia y métrica
- 1.6.3. Innovación en la gestión de personas

1.7. Desarrollo directivo y liderazgo
- 1.7.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
- 1.7.2. Motivación
- 1.7.3. Inteligencia emocional
- 1.7.4. Capacidades y habilidades del líder 2.0
- 1.7.5. Reuniones eficaces

1.8. Gestión del cambio
- 1.8.1. Análisis del rendimiento
- 1.8.2. Liderar el cambio. Resistencia al cambio
- 1.8.3. Gestión de procesos de cambio
- 1.8.4. Gestión de equipos multiculturales

Asignatura 2. Logística y gestión económica

2.1. Diagnóstico financiero
- 2.1.1. Indicadores para el análisis de los estados financieros
- 2.1.2. Análisis de la rentabilidad
- 2.1.3. Rentabilidad económica y financiera de una empresa

2.2. Análisis económica de decisiones
- 2.2.1. Control presupuestario
- 2.2.2. Análisis de la competencia. Análisis comparativo
- 2.2.3. Toma de decisiones. La inversión o desinversión empresarial

2.3. Valoración de inversiones y administración de portafolio
- 2.3.1. Rentabilidad de los proyectos de inversión y la creación de valor
- 2.3.2. Modelos para la evaluación de proyectos de inversión
- 2.3.3. Análisis de sensibilidad, elaboración de escenarios y árboles de decisión

2.4. Dirección de logística y compras
- 2.4.1. Gestión existencias
- 2.4.2. Gestión de almacenes
- 2.4.3. Gestión de compras y aprovisionamiento

2.5. Administración de cadena de suministro
- 2.5.1. Costes y eficiencia de la cadena de operaciones
- 2.5.2. Cambio en los patrones de demanda
- 2.5.3. Cambio en la estrategia de las operaciones

2.6. Procesos logísticos
- 2.6.1. Organización y gestión por procesos
- 2.6.2. Aprovisionamiento, producción, distribución
- 2.6.3. Calidad, costes de calidad y herramientas
- 2.6.4. Servicio posventa

2.7. Logística y clientes
- 2.7.1. Análisis de demanda y previsión
- 2.7.2. Previsión y planificación de ventas

2.8. Logística internacional
- 2.8.1. Aduanas, procesos de exportación e importación
- 2.8.2. Formas y medios de pago internacional
- 2.8.3. Plataformas logísticas a nivel internacional

Asignatura 3. Investigación de mercados

3.1. Fundamentos de Mercadotecnia
- 3.1.1. Principales definiciones
- 3.1.2. Conceptos básicos
- 3.1.3. Evolución del concepto de Mercadotecnia

3.2. Mercadotecnia: de la idea al mercado
- 3.2.1. Concepto y alcance de la Mercadotecnia
- 3.2.2. Dimensiones de la Mercadotecnia
- 3.2.3. La Mercadotecnia 3.0

3.3. Nuevo entorno competitivo
- 3.3.1. Innovación tecnológica e impacto económico
- 3.3.2. Sociedad del conocimiento
- 3.3.3. El nuevo perfil del consumidor

3.4. Métodos y técnicas de investigación cuantitativas
- 3.4.1. Variables y escalas de medida
- 3.4.2. Fuentes de información
- 3.4.3. Técnicas de muestreo
- 3.4.4. Tratamiento y análisis de los datos

3.5. Métodos y técnicas de investigación cualitativas
- 3.5.1. Técnicas directas: grupos focales
- 3.5.2. Técnicas antropológicas
- 3.5.3. Técnicas indirectas
- 3.5.4. Cámara de Gesell y Método Delphi

3.6. Segmentación de mercados
- 3.6.1. Tipologías de mercados
- 3.6.2. Concepto y análisis de la demanda
- 3.6.3. Segmentación y criterios
- 3.6.4. Definición de público objetivo

3.7. Tipos de comportamiento de compra
- 3.7.1. Comportamiento complejo
- 3.7.2. Comportamiento reductor de disonancia
- 3.7.3. Comportamiento de búsqueda variada
- 3.7.4. Comportamiento habitual de compra

3.8. Sistemas de información de Mercadotecnia
- 3.8.1. Enfoques conceptuales del sistema de información en Mercadotecnia
- 3.8.2. Manejo de datos
- 3.8.3. Sistemas de información geográfica

3.9. Gestión de proyectos de investigación
- 3.9.1. Herramientas de análisis de información
- 3.9.2. Desarrollo del plan de gestión de expectativas
- 3.9.3. Evaluación de viabilidad de proyectos

3.10. Inteligencia de Mercadotecnia
- 3.10.1. Datos masivos
- 3.10.2. Experiencia de usuario
- 3.10.3. Aplicación de técnicas

Asignatura 4. Dirección comercial

4.1. Negociación comercial
- 4.1.1. Inteligencia emocional en la negociación y venta
- 4.1.2. Automotivación y empatía
- 4.1.3. Desarrollo de capacidades de negociación

4.2. Fundamentos de la dirección comercial
- 4.2.1. Análisis interno y externo. DAFO
- 4.2.2. Análisis sectorial y competitivo
- 4.2.3. Modelo Canvas

4.3. Toma de decisiones en gestión comercial
- 4.3.1. Estrategia comercial y estrategia competitiva
- 4.3.2. Modelos de toma de decisiones
- 4.3.3. Analíticas y herramientas para toma de decisión

4.4. Dirección y gestión de la red de ventas
- 4.4.1. Planificación de la campaña de ventas
- 4.4.2. Redes al servicio de la actividad comercial
- 4.4.3. Políticas de selección y formación de vendedores
- 4.4.4. *Sales management*

4.5. Implementación de la función comercial
- 4.5.1. Contrato comercial
- 4.5.2. Control de la actividad comercial
- 4.5.3. El código deontológico del agente comercial

4.6. Administración de cuentas clave
- 4.6.1. Identificación de cuentas clave
- 4.6.2. Beneficios y riesgos
- 4.6.3. Ventas y administración de cuentas clave
- 4.6.4. Fases de la acción estratégica del Kam

4.7. Previsión comercial
- 4.7.1. Previsión empresarial y previsión de ventas
- 4.7.2. Métodos de previsión de ventas
- 4.7.3. Aplicaciones prácticas de la previsión de ventas

4.8. Gestión financiera y presupuestaria
- 4.8.1. Cuadro de mando integral en Mercadotecnia
- 4.8.2. Control del plan anual de Mercadotecnia
- 4.8.3. Impacto financiero de las decisiones estratégicas

Asignatura 5. Estructura y organización comercial

5.1. Organización comercial
- 5.1.1. Introducción a la organización comercial
- 5.1.2. Estructuras comerciales más típicas
- 5.1.3. Organización de delegaciones
- 5.1.4. Desarrollo de modelos organizativos comerciales

5.2. Organización de la red de ventas
- 5.2.1. Organigrama del departamento
- 5.2.2. Diseño de las redes de ventas
- 5.2.3. Realidad multicanal

5.3. Análisis de mercado interno
- 5.3.1. Definición de cadena de servicio
- 5.3.2. Análisis de calidad de servicio
- 5.3.3. Puntos de venta de producto
- 5.3.4. Factores claves de éxito en el negocio

5.4. Estrategia de ventas
- 5.4.1. Métodos de ventas
- 5.4.2. Estrategias de captación
- 5.4.3. Estrategias de servicios

5.5. Estrategia de punto de venta
- 5.5.1. Administración de canales de venta
- 5.5.2. Ventaja competitiva
- 5.5.3. Fuerza de ventas

5.6. Planificación de la campaña de ventas
- 5.6.1. Fijación de objetivos y cuotas
- 5.6.2. Productividad comercial
- 5.6.3. Planificación de la actividad comercial
- 5.6.4. Plan de contingencia

5.7. Organización de la cartera de clientes
- 5.7.1. Planificación de clientes
- 5.7.2. Clasificación de clientes

5.8. Preparación de las zonas comerciales
- 5.8.1. Realización del plan de visitas
- 5.8.2. Concertación de visitas

5.9. Control de la actividad comercial
- 5.9.1. Principales ratios y métodos de control
- 5.9.2. Herramientas de supervisión
- 5.9.3. Metodología del cuadro de mando de balances

5.10. Organización del servicio postventa
- 5.10.1. Acciones postventa
- 5.10.2. Relaciones con el cliente
- 5.10.3. Autoanálisis y mejora

Asignatura 6. Formación y entrenamiento de la red de venta

6.1. Selección del equipo de ventas
- 6.1.1. Acciones de reclutamiento
- 6.1.2. Perfiles de vendedores
- 6.1.3. Entrevista
- 6.1.4. Plan de acogida

6.2. Formación de vendedores de alto nivel
- 6.2.1. Plan de formación
- 6.2.2. Características y actividades del vendedor
- 6.2.3. Formación y gestión de equipos de alto rendimiento

6.3. Coaching personal e inteligencia emocional
- 6.3.1. Inteligencia emocional aplicada a las técnicas de venta
- 6.3.2. Asertividad, empatía y escucha activa
- 6.3.3. Autoestima y lenguaje emocional
- 6.3.4. Inteligencias múltiples

6.4. Motivación y remuneración de redes de venta
- 6.4.1. Técnicas de motivación
- 6.4.2. Sistemas de remuneración
- 6.4.3. Sistemas de incentivos y compensación

6.5. Psicología y técnicas de venta
- 6.5.1. Nociones de psicología aplicada a la venta
- 6.5.2. Técnicas para mejorar la comunicación verbal y no verbal
- 6.5.3. Factores de influencia en la conducta del consumidor

6.6. Desarrollo del proceso de venta
- 6.6.1. Metodología en el proceso de venta
- 6.6.2. Captación de la atención y argumentación
- 6.6.3. Objeciones y demostración

6.7. Preparación de la visita comercial
- 6.7.1. Estudio de la ficha de cliente
- 6.7.2. Planteamiento de objetivos de venta al cliente
- 6.7.3. Preparación de la entrevista

6.8. Realización de la visita comercial
- 6.8.1. Presentación al cliente
- 6.8.2. Determinación de necesidades
- 6.8.3. Argumentación

6.9. Negociación y cierre de la venta
- 6.9.1. Fases de la negociación
- 6.9.2. Tácticas de negociación
- 6.9.3. Cierre y compromiso del cliente

6.10. El proceso de fidelización
- 6.10.1. Conocimiento exhaustivo del cliente
- 6.10.2. El proceso comercial a llevar a cabo con el cliente
- 6.10.3. El valor que tiene el cliente para la empresa

Asignatura 7. Estrategia en administración de Mercadotecnia y Mercadotecnia operativa

7.1. Administración de Mercadotecnia
- 7.1.1. Posicionamiento y creación de calor
- 7.1.2. Orientación y posicionamiento de la empresa a la Mercadotecnia
- 7.1.3. Mercadotecnia estratégica vs Mercadotecnia operativa
- 7.1.4. Objetivos en dirección de Mercadotecnia
- 7.1.5. Comunicaciones integradas de Mercadotecnia

7.2. Función de la mercadotecnia estratégica
- 7.2.1. Principales estrategias de la Mercadotecnia
- 7.2.2. Segmentación, selección de público objetivo y posicionamiento
- 7.2.3. Gestión de la mercadotecnia estratégica

7.3. Dimensiones de la estrategia de la Mercadotecnia
- 7.3.1. Recursos e inversiones necesarias
- 7.3.2. Fundamentos de la ventaja competitiva
- 7.3.3. Comportamiento competitivo de la empresa
- 7.3.4. Mercadotecnia focalizada

7.4. Estrategias de desarrollo de nuevos productos
- 7.4.1. Políticas de fijación de precios
- 7.4.2. Estrategias de promoción y comercialización
- 7.4.3. Estrategias de distribución, expansión e intermediación

7.5. Mezcla de Mercadotecnia
- 7.5.1. Posición de valor de Mercadotecnia
- 7.5.2. Políticas, estrategias y tácticas de marketing mix
- 7.5.3. Elementos del marketing mix
- 7.5.4. Satisfacción del cliente y marketing mix

7.6. Gestión de productos
- 7.6.1. Distribución de consumo y ciclo de vida del producto
- 7.6.2. Obsolescencia, caducidad, campañas periódicas
- 7.6.3. Ratios de gestión de pedidos y control de stocks

7.7. Principios de precios
- 7.7.1. Análisis del entorno
- 7.7.2. Costes de producción y márgenes de descuento
- 7.7.3. Precio final y mapa de posicionamiento

7.8. Gestión de canales de distribución
- 7.8.1. Mercadotecnia comercial
- 7.8.2. Cultura de la distribución y competencia
- 7.8.3. Diseño y manejo de canales
- 7.8.4. Funciones de los canales de distribución
- 7.8.5. Ruteo de mercado

7.9. Canales de promoción y ventas
- 7.9.1. Marca corporativa
- 7.9.2. Publicidad
- 7.9.3. Promoción de ventas
- 7.9.4. Relaciones públicas y venta personal
- 7.9.5. Mercadotecnia de calle

7.10. Marca
- 7.10.1. Evolución de marca
- 7.10.2. Creación y desarrollo de marcas de éxito
- 7.10.3. Igualdad de marca
- 7.10.4. Administración de categorías

7.11. Gestión de grupos de Mercadotecnia
- 7.11.1. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
- 7.11.2. *Coaching* y gestión de equipos
- 7.11.3. Gestión de la igualdad y diversidad

7.12. Comunicación y Mercadotecnia
- 7.12.1. La comunicación integrada en la Mercadotecnia
- 7.12.2. El diseño del programa de comunicación de la Mercadotecnia
- 7.12.3. Habilidades comunicativas e influencia
- 7.12.4. Barreras para la comunicación empresarial

Asignatura 8. Mercadotecnia internacional

8.1. La investigación de mercados internacionales
- 8.1.1. Mercadotecnia de mercados emergentes
- 8.1.2. Análisis pes
- 8.1.3. ¿Qué, cómo y dónde exportar?
- 8.1.4. Estrategias de mezcla de mercadotecnia internacional

8.2. Segmentación internacional
- 8.2.1. Criterios para la de segmentación de mercados a nivel internacional
- 8.2.2. Nichos de mercado
- 8.2.3. Estrategias de segmentación internacional

8.3. Posicionamiento internacional
- 8.3.1. Marca en mercados internacionales
- 8.3.2. Estrategias de posicionamiento en los mercados internacionales
- 8.3.3. Marcas globales, regionales y locales

8.4. Estrategias de producto en mercados internacionales
- 8.4.1. Modificación, adaptación y diversificación de productos
- 8.4.2. Productos estandarizados globales
- 8.4.3. El portafolio de producto

8.5. Precios y exportación
- 8.5.1. Cálculo de los precios de exportación
- 8.5.2. Incoterms
- 8.5.3. Estrategia internacional de precio

8.6. Calidad en mercadotecnia internacional
- 8.6.1. Calidad y la mercadotecnia internacional
- 8.6.2. Las normas y certificaciones
- 8.6.3. El marcado ce

8.7. Promoción a nivel internacional
- 8.7.1. El mix de promoción internacional
- 8.7.2. Anuncios y publicidad
- 8.7.3. Ferias internacionales
- 8.7.4. Marca país

8.8. Distribución a través de canales internacionales
- 8.8.1. Canales y Mercadotecnia comercial
- 8.8.2. Consorcios de exportación
- 8.8.3. Tipos de exportación y comercio exterior

Asignatura 9. Mercadotecnia digital

9.1. Mercadotecnia digital
- 9.1.1. Plan de Mercadotecnia integrado: convencional y digital
- 9.1.2. Marketing digital estratégico y toma de decisiones
- 9.1.3. El Modelo Canvas en Mercadotecnia digital

9.2. Gestión de comunidades virtuales
- 9.2.1. Cambios en los paradigmas de comunicación
- 9.2.2. Inteligencia de Mercadotecnia y consumidor
- 9.2.3. Gestión de redes y comunidades
- 9.2.4. Gestión de contenido en redes sociales
- 9.2.5. Las comunicaciones de marketing en la web
- 9.2.6. Monitorización, analítica y resultado en social media

9.3. Mercadotecnia móvil
- 9.3.1. Aplicaciones y Mercadotecnia móvil
- 9.3.2. Gamificación
- 9.3.3. Planificación e implementación de estrategias en Mercadotecnia móvil

9.4. Comercio electrónico
- 9.4.1. Logística y distribución en comercio electrónico
- 9.4.2. Venta, medios de pago y seguridad en internet
- 9.4.3. Mercadotecnia digital aplicado al comercio electrónico
- 9.4.4. Plataformas tecnológicas para comercio electrónico

9.5. Mercadotecnia permanente
- 9.5.1. Mercadotecnia de afiliación
- 9.5.2. Desarrollo de campañas de vía correo electrónico
- 9.5.3. Herramientas de gestión de mercadotecnia permanente

9.6. Análisis web e inteligencia de redes sociales
- 9.6.1. Establecimiento de objetivos y kpis
- 9.6.2. Roi en mercadotecnia digital
- 9.6.3. Visualización e interpretación de cuadros de mando

9.7. Mercadotecnia de buscadores web (SEM)
- 9.7.1. Google Adwords y otras tendencias de Google
- 9.7.2. Gestión de campañas de SEM con otras herramientas
- 9.7.3. Medición y gestión de campañas SEM

9.8. Optimización en motores de búsqueda (SEO)
- 9.8.1. Principios básicos de funcionamiento de los buscadores
- 9.8.2. Selección de kws
- 9.8.3. Elementos básicos de un análisis SEO

Asignatura 10. Administración de la relación con el cliente

10.1. Conociendo al mercado y al consumidor
- 10.1.1. Innovación abierta
- 10.1.2. Inteligencia competitiva
- 10.1.3. Economía colaborativa

10.2. CRM y Mercadotecnia relacional
- 10.2.1. Filosofía empresarial u orientación estratégica
- 10.2.2. Identificación y diferenciación del cliente
- 10.2.3. La empresa y sus sectores de interés

10.3. Base de datos de Mercadotecnia y administración de la relación con el cliente
- 10.3.1. Aplicaciones de base de datos para Mercadotecnia
- 10.3.2. Leyes y regulación
- 10.3.3. Fuentes de información, almacenamiento y procesamiento

10.4. Psicología y comportamiento del consumidor
- 10.4.1. El estudio del comportamiento del consumidor
- 10.4.2. Factores internos y externos del consumidor
- 10.4.3. Proceso de decisión del consumidor
- 10.4.4. Consumismo, sociedad, marketing y ética

10.5. Áreas de administración de CRM
- 10.5.1. Servicios al cliente
- 10.5.2. Gestión de la fuerza de ventas

10.6. Mercadotecnia centrada en el cliente
- 10.6.1. Segmentación
- 10.6.2. Análisis de la rentabilidad
- 10.6.3. Estrategias para fidelizar al cliente

10.7. Técnicas de administración de CRM
- 10.7.1. Mercadotecnia directa
- 10.7.2. Integración multicanal
- 10.7.3. Mercadotecnia viral

10.8. Ventajas y peligros de implementar CRM
- 10.8.1. CRM, ventas y costes
- 10.8.2. Satisfacción y lealtad del cliente
- 10.8.3. Implementación tecnológica
- 10.8.4. Errores estratégicos y de gestión

Asignatura 11. Mercadotecnia uno a uno

11.1. Inteligencia emocional en la empresa
- 11.1.1. Inteligencia emocional y comunicación
- 11.1.2. Asertividad, empatía y escucha activa
- 11.1.3. Autoestima y lenguaje emocional
- 11.1.4. Capital relacional
- 11.1.5. Gestión del capital humano
- 11.1.6. Análisis del rendimiento
- 11.1.7. Gestión de la igualdad y diversidad
- 11.1.8. Innovación en la gestión de personas

11.2. Liderazgo y gestión de equipos
- 11.2.1. Liderazgo y estilos de liderazgo
- 11.2.2. Capacidades y habilidades del líder 2.0
- 11.2.3. Gestión de procesos de cambio
- 11.2.4. Gestión de equipos multiculturales
- 11.2.5. Coaching

11.3. Selección de clientes objetivo (CRM)
- 11.3.1. Diseño de un CRM electrónico
- 11.3.2. Implicaciones y limitaciones de la lopd
- 11.3.3. Orientación al consumidor
- 11.3.4. Planificación 1 *to* 1

11.4. Gestión de cuentas clave
- 11.4.1. Identificación de cuentas clave
- 11.4.2. Beneficios y riesgos
- 11.4.3. Ventas y manejo de cuentas clave
- 11.4.4. Fases de la acción estratégica del Kam

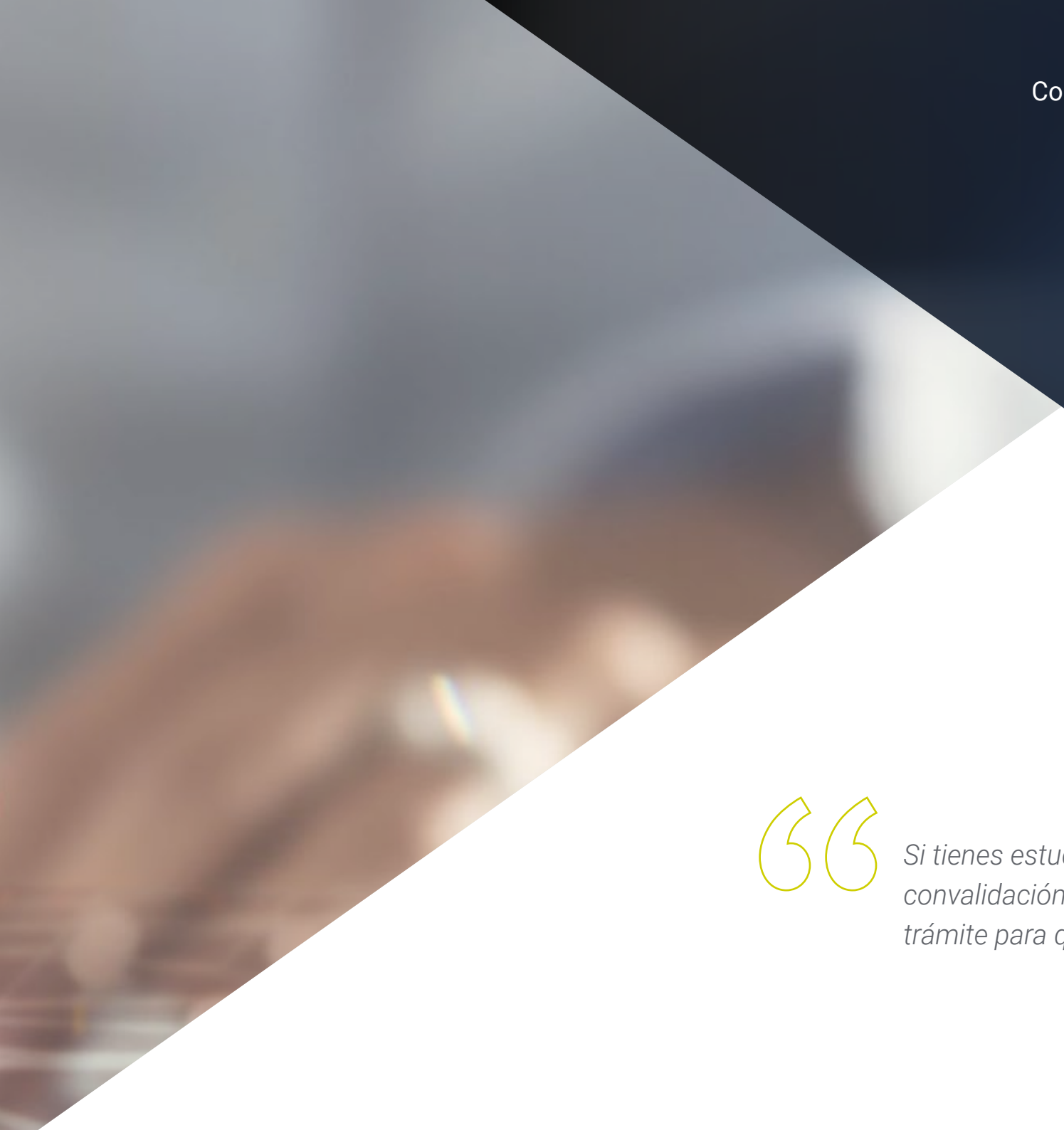
11.5. El proceso de fidelización
- 11.5.1. Conocimiento exhaustivo del cliente
- 11.5.2. El proceso comercial a llevar a cabo con el cliente
- 11.5.3. El valor que tiene el cliente para la empresa

Mediante el Relearning de TECH asimilarás los conceptos esenciales de una forma rápida, natural y precisa”

04

Convalidación de asignaturas

Si el candidato a estudiante ha cursado otra Maestría Oficial Universitaria de la misma rama de conocimiento o un programa equivalente al presente, incluso si solo lo cursó parcialmente y no lo finalizó, TECH le facilitará la realización de un Estudio de Convalidaciones que le permitirá no tener que examinarse de aquellas asignaturas que hubiera superado con éxito anteriormente.



Si tienes estudios susceptibles de convalidación, TECH te ayudará en el trámite para que sea rápido y sencillo"

Cuando el candidato a estudiante desee conocer si se le valorará positivamente el estudio de convalidaciones de su caso, deberá solicitar una **Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas** que le permita decidir si le es de interés matricularse en el programa de Maestría Oficial Universitaria.

La Comisión Académica de TECH valorará cada solicitud y emitirá una resolución inmediata para facilitar la decisión de la matriculación. Tras la matrícula, el estudio de convalidaciones facilitará que el estudiante consolide sus asignaturas ya cursadas en otros programas de Maestría Oficial Universitaria en su expediente académico sin tener que evaluarse de nuevo de ninguna de ellas, obteniendo en menor tiempo, su nuevo título de Maestría Oficial Universitaria.

TECH le facilita a continuación toda la información relativa a este procedimiento:

Matricúlate en la Maestría Oficial Universitaria y obtén el estudio de convalidaciones de forma gratuita"

¿Qué es la convalidación de estudios?

La convalidación de estudios es el trámite por el cual la Comisión Académica de TECH equipara estudios realizados de forma previa, a las asignaturas del programa de Maestría Oficial Universitaria tras la realización de un análisis académico de comparación. Serán susceptibles de convalidación aquellos contenidos cursados en un plan o programa de estudio de Maestría Oficial Universitaria o nivel superior, y que sean equiparables con asignaturas de los planes y programas de estudio de esta Maestría Oficial Universitaria de TECH. Las asignaturas indicadas en el documento de Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas quedarán consolidadas en el expediente del estudiante con la leyenda "EQ" en el lugar de la calificación, por lo que no tendrá que cursarlas de nuevo.

¿Qué es la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas es el documento emitido por la Comisión Académica tras el análisis de equiparación de los estudios presentados; en este, se dictamina el reconocimiento de los estudios anteriores realizados, indicando qué plan de estudios le corresponde, así como las asignaturas y calificaciones obtenidas, como resultado del análisis del expediente del alumno. La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será vinculante en el momento en que el candidato se matricule en el programa, causando efecto en su expediente académico las convalidaciones que en ella se resuelvan. El dictamen de la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será inapelable.

¿Cómo se solicita la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

El candidato deberá enviar una solicitud a la dirección de correo electrónico *convalidaciones@techtitute.com* adjuntando toda la documentación necesaria para la realización del estudio de convalidaciones y emisión de la opinión técnica. Asimismo, tendrá que abonar el importe correspondiente a la solicitud indicado en el apartado de Preguntas Frecuentes del portal web de TECH. En caso de que el alumno se matricule en la Maestría Oficial Universitaria, este pago se le descontará del importe de la matrícula y por tanto el estudio de opinión técnica para la convalidación de estudios será gratuito para el alumno.

¿Qué documentación necesitará incluir en la solicitud?

La documentación que tendrá que recopilar y presentar será la siguiente:

- Documento de identificación oficial
- Certificado de estudios, o documento equivalente que ampare los estudios realizados. Este deberá incluir, entre otros puntos, los periodos en que se cursaron los estudios, las asignaturas, las calificaciones de las mismas y, en su caso, los créditos. En caso de que los documentos que posea el interesado y que, por la naturaleza del país, los estudios realizados carezcan de listado de asignaturas, calificaciones y créditos, deberán acompañarse de cualquier documento oficial sobre los conocimientos adquiridos, emitido por la institución donde se realizaron, que permita la comparabilidad de estudios correspondiente

¿En qué plazo se resolverá la solicitud?

La Opinión Técnica se llevará a cabo en un plazo máximo de 48h desde que el interesado abone el importe del estudio y envíe la solicitud con toda la documentación requerida. En este tiempo la Comisión Académica analizará y resolverá la solicitud de estudio emitiendo una Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas que será informada al interesado mediante correo electrónico. Este proceso será rápido para que el estudiante pueda conocer las posibilidades de convalidación que permita el marco normativo para poder tomar una decisión sobre la matriculación en el programa.

¿Será necesario realizar alguna otra acción para que la Opinión Técnica se haga efectiva?

Una vez realizada la matrícula, deberá cargar en el campus virtual el informe de opinión técnica y el departamento de Servicios Escolares consolidarán las convalidaciones en su expediente académico. En cuanto las asignaturas le queden convalidadas en el expediente, el estudiante quedará eximido de realizar la evaluación de estas, pudiendo consultar los contenidos con libertad sin necesidad de hacer los exámenes.

Procedimiento paso a paso

05

Matriculación

Cuando el interesado reciba la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas, la revisará para evaluar su conveniencia y podrá proceder a la matriculación del programa si es su interés.

Duración:
20 min

06

Carga de la opinión técnica en campus

Una vez matriculado, deberá cargar en el campus virtual el documento de la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas firmado. El importe abonado del estudio de convalidaciones se le deducirá de la matrícula y por tanto será gratuito para el alumno.

Duración:
20 min

07

Consolidación del expediente

En cuanto el documento de Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas quede firmado y subido al campus virtual, el departamento de Servicios Escolares registrará en el sistema de TECH las asignaturas indicadas de acuerdo con la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas, y colocará en el expediente del alumno la leyenda de "EQ", en cada asignatura reconocida, por lo que el alumno ya no tendrá que cursarlas de nuevo. Además, retirará las limitaciones temporales de todas las asignaturas del programa, por lo que podrá cursarlo en modalidad intensiva. El alumno tendrá siempre acceso a los contenidos en el campus en todo momento.

Convalida tus estudios realizados y no tendrás que evaluarte de las asignaturas superadas.

05

Objetivos docentes

Esta Maestría Oficial Universitaria ha sido diseñada con el objetivo de otorgar al profesional las herramientas para desarrollar sus capacidades directivas y de liderazgo, mejorando, a su vez, sus competencias y habilidades para optar por un puesto directivo dentro de una empresa. Para ello, TECH cuenta con los mejores profesionales del mercado y un contenido de calidad único dentro de la oferta educativa actual. Así, tras finalizar el programa, el estudiante será capaz de tomar decisiones de carácter global con una perspectiva innovadora y una visión comercial internacional.

Living success

Ejecutarás estrategias de Mercadotecnia efectivas que respondan a las demandas del mercado, aplicando análisis de entorno, segmentación y posicionamiento"

Objetivos generales

- Integrar la visión y los objetivos generales de la empresa con las políticas y las estrategias de Mercadotecnia, adaptando la empresa a las necesidades del mercado y del cliente
- Implementar los métodos de investigación de mercado más adecuados, así como analizar las diferentes fuentes de datos, para aplicar políticas y estrategias comerciales en la empresa
- Identificar oportunidades, amenazas y cambios en el entorno competitivo y actuar ágilmente frente a estos cambios en el mercado, en los canales y en la competencia
- Definir, ejecutar y liderar una estrategia de marketing de éxito, dominando las herramientas del proceso de marketing y usándolas en beneficio de la empresa
- Crear estrategias focalizadas en el cliente que ofrezcan propuestas de valor personalizadas
- Desarrollar las habilidades directivas que permitan crear y dirigir equipos de venta que generen valor añadido a la organización
- Adquirir habilidades de liderazgo que te permitan dirigir equipos de comercial y Mercadotecnia
- Tener conocimientos profundos en gestión logística y financiera de la empresa
- Realizar investigaciones de mercado para entender los cambios en el mismo y los comportamientos de compra que puede definir la estrategia de Mercadotecnia
- Ser capaz de dirigir las gestiones comerciales de la empresa
- Planificar y llevar a cabo campañas de ventas
- Formar equipos de vendedores de alto nivel mediante técnicas de coaching e inteligencia emocional
- Gestionar todo el proceso de venta
- Llevar a cabo estrategias de Mercadotecnia orientadas a la comercialización de los productos y fidelización de los clientes
- Lograr una visión internacional de la dirección comercial y de Mercadotecnia
- Utilizar los medios digitales para dar a conocer la empresa y sus productos, así como para llevar a cabo los procesos de ventas

Serás capaz de poner en práctica una estrategia competitiva que promueva el crecimiento de la empresa frente a la competencia con total éxito"

Objetivos específicos

Asignatura 1. Administración y liderazgo

- Conocer las estrategias de liderazgo, así como la importancia de la planificación y gestión del talento y del cambio
- Desarrollar unas habilidades de liderazgo que le permitan dirigir adecuadamente equipos de trabajo en el área del marketing

Asignatura 2. Logística y gestión económica

- Realizar diagnósticos financieros necesarios para la toma de decisiones, siendo el alumno capaz de gestionar compras y almacenes e identificar los procesos de logística inherentes a éstos, con el fin de realizar análisis integrales
- Desarrollar y poner en práctica una estrategia competitiva que promueva el crecimiento de la empresa frente a los competidores

Asignatura 3. Investigación de mercados

- Analizar la importancia de la investigación de mercados para una empresa/compañía, y manejar técnicas cuantitativas y cualitativas para este fin, siendo capaz el alumno de determinar tipos y segmentaciones de mercado y gestionando proyectos en esta área
- Realizar un diagnóstico financiero de la empresa que permita analizar la viabilidad de la empresa

Asignatura 4. Dirección comercial

- Analizar la importancia del área comercial en la organización, así como del contexto interno y externo, con el finde que el alumno sea capaz de tomar decisiones oportunas y dirigir el área de manera efectiva
- Dirigir la gestión logística de las compras

Asignatura 5. Estructura y organización comercial

- Analizar la organización comercial de la empresa, así como la de la red de ventas y el mercado interno, con el fin de poder realizar estrategias de ventas y planificar campañas, así como organizar carteras de clientes y gestionar la calidad del servicio
- Realizar negociaciones comerciales, aportando técnicas de inteligencia emocional, automotivación y empatía

Asignatura 6. Formación y entrenamiento de la red de venta

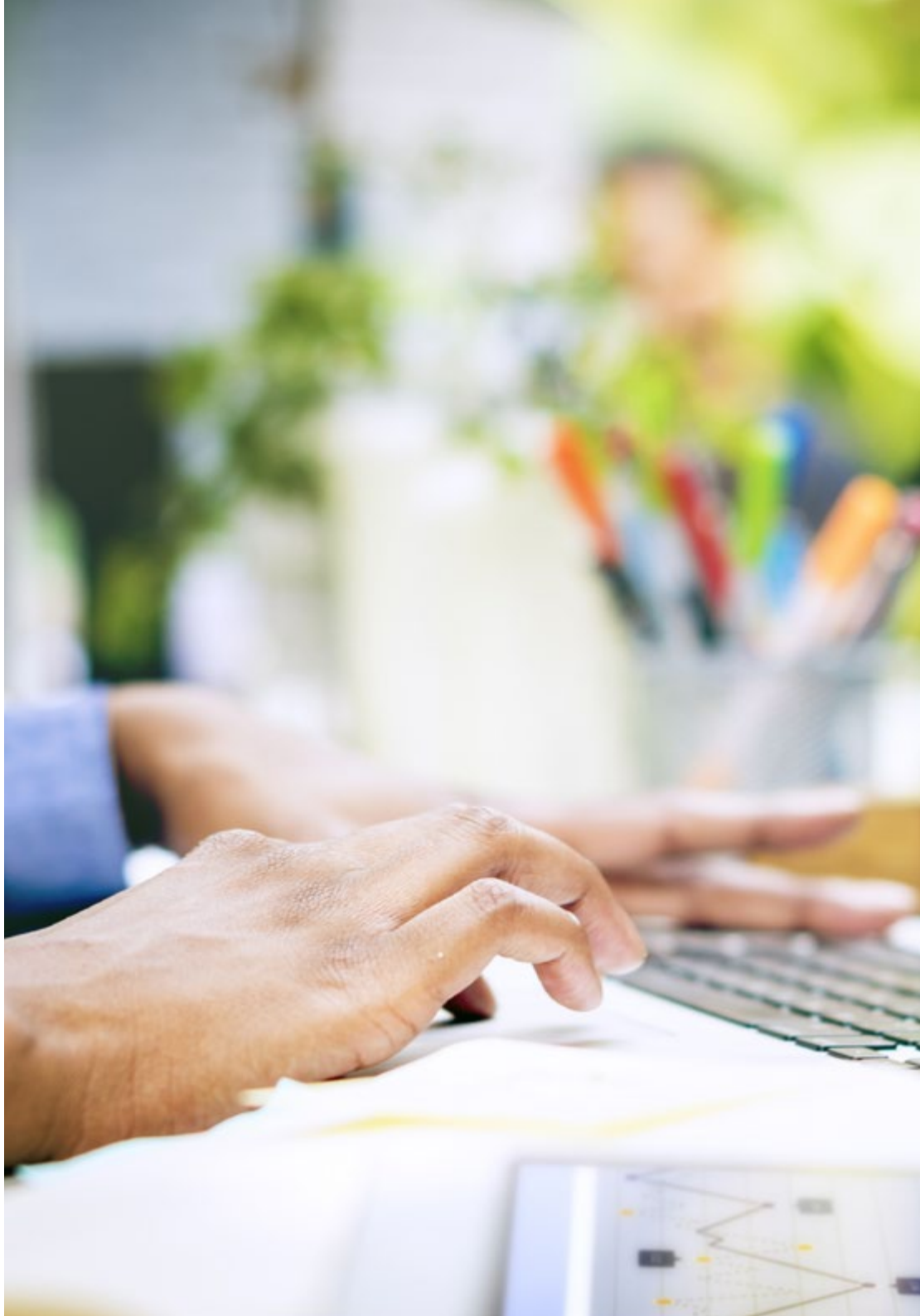
- Seleccionar los perfiles más adecuados para conformar la red de ventas, pudiendo capacitar al personal y mantenerlo motivado para realizar su labor y al que brindará elementos de negociación, desarrollo y cierre de ventas buscando la optimización de las visitas comerciales
- Tener unos profundos conocimientos en las diferentes ramas del marketing

Asignatura 7. Estrategia en administración de mercadotecnia y mercadotecnia operativa

- Administrar eficiente y efectivamente el área de mercadotecnia de una empresa, conocerá las estrategias de marketing estratégico y la gestión de canales de distribución y ventas
- Aplicar técnicas SEM y SEO en las campañas de marketing

Asignatura 8. Mercadotecnia internacional

- Analizar las estrategias de mercado desde una perspectiva global, conociendo los mercados emergentes, la forma en que se segmenta el mercado internacional
- Profundizar en las estrategias de competitividad (calidad y precio) asociadas con este tipo de mercado



Asignatura 9. Mercadotecnia digital

- Aplicar estrategias digitales de mercadotecnia y gestionar comunidades virtuales y de comercio electrónico y/o móvil
- Será capaz de utilizar herramientas de posicionamiento y análisis de datos orientados a la mejora de su área mercadológica

Asignatura 10. Administración de la relación con el cliente

- Analizar algunos aspectos centrales para las ventas tales como el comportamiento del consumidor y con base en ello
- Será capaz de determinar o adecuar las estrategias de mercadotecnia susceptibles a implementarse

Asignatura 11. Mercadotecnia uno a uno

- Analizar a la empresa des de una perspectiva integral, revisando su inteligencia emocional, su gerencia general y la forma en que toma decisiones clave en su área de Mercadotecnia
- Aplicar los máximos niveles de calidad en todos los procesos llevados a cabo en la empresa

06

Salidas profesionales

El perfil de egreso de la Maestría Oficial Universitaria en Dirección Comercial y de Mercadotecnia es el de un profesional con altas habilidades para dirigir un equipo o empresa internacional. En este sentido, al finalizar el programa, el profesional será capaz de aplicar los criterios de calidad a todos los procesos del área comercial y mercadotecnia. De esta forma, se convertirá en un directivo solvente, competitivo y con gran capacidad de adaptación.

Upgrading...

Liderarás la ejecución de estrategias de Mercadotecnia para posicionar productos o servicios de las empresas"

Perfil del egresado

El egresado de esta titulación universitaria será un profesional competente y hábil para desempeñarse, de manera responsable y efectiva, en las empresas internacionales que precisen sus servicios. Para ello, contará con las competencias profesionales que le permitirán ejercer en los numerosos campos de acción que se deben controlar para garantizar el cumplimiento de los objetivos de una organización: ser los mejores del mercado.

Construirás la identidad de marca de las organizaciones, creando técnicas que aumenten su visibilidad y su valor en el mecado.

- **Pensamiento estratégico y crítico:** Los alumnos desarrollan la capacidad de analizar situaciones complejas, evaluando múltiples perspectivas para tomar decisiones informadas y alineadas con los objetivos empresariales.
- **Liderazgo y trabajo en equipo:** Los egresados adquieren habilidades para liderar y coordinar equipos multidisciplinarios, fomentando la colaboración y la motivación para alcanzar metas comunes en el área comercial y de marketing.
- **Adaptabilidad y gestión del cambio:** Los profesionales serán capaces de adaptarse rápidamente a cambios en el entorno empresarial y a innovaciones tecnológicas, implementando soluciones efectivas y proactivas.
- **Capacidad de innovación:** Los especialistas están preparados para aplicar soluciones creativas y novedosas en la resolución de problemas comerciales, buscando siempre añadir valor y diferenciar la oferta de la empresa en el mercado.

Después de realizar esta Maestría Oficial Universitaria, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

1. **Director de Marketing:** este profesional lidera la planificación y ejecución de estrategias de mercadotecnia para posicionar productos o servicios de la empresa, analizando tendencias de mercado y supervisando campañas de marketing.
   Responsabilidades: Dirigir el equipo de marketing, gestionar el presupuesto de campañas, analizar la competencia y diseñar estrategias de comunicación efectivas para alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.
2. **Director Comercial:** responsable de establecer y gestionar las políticas de ventas de la empresa, desarrollando estrategias que optimicen las relaciones comerciales y maximicen los ingresos.
   Responsabilidades: Crear y supervisar el plan de ventas, establecer objetivos de rendimiento para el equipo comercial, y mantener relaciones estratégicas con clientes y socios comerciales.
3. ***Brand Manager:*** Se encarga de construir y mantener la identidad de marca de la empresa, diseñando estrategias que aumenten la visibilidad y valor de la marca en el mercado.
   Responsabilidades: Desarrollar campañas de *branding*, analizar el posicionamiento de la marca frente a la competencia y coordinar esfuerzos de comunicación para asegurar una imagen coherente en todos los canales.
4. ***Product Manager:*** se encarga de la planificación y desarrollo de productos, asegurando que se alineen con las necesidades del mercado y contribuyan a los objetivos comerciales de la empresa.
   Responsabilidades: Realizar estudios de mercado, definir la estrategia del producto, supervisar su ciclo de vida y trabajar con equipos de desarrollo para optimizar sus características y lanzamiento.
5. **Consultor en Estrategia Comercial y Marketing:** Brinda asesoría a empresas para mejorar sus estrategias comerciales y de marketing, proporcionando análisis y recomendaciones basadas en estudios de mercado.
   Responsabilidades: Realizar diagnósticos de mercado, asesorar en la implementación de estrategias de marketing y ventas, y evaluar el rendimiento de campañas y actividades comerciales.
6. **Responsable de Marketing Digital:** Gestiona la presencia digital de la empresa, diseñando estrategias para mejorar su posicionamiento en línea y maximizar la conversión de clientes a través de canales digitales.
   Responsabilidades: diseñar y ejecutar campañas de marketing digital, optimizar el SEO y SEM, gestionar redes sociales y analizar métricas para ajustar estrategias digitales.

Salidas académicas y de investigación

Además de todos los puestos laborales para los que serás apto mediante el estudio de esta Maestría Oficial Universitaria de TECH, también podrás continuar con una sólida trayectoria académica e investigativa. Tras completar este programa universitario, estarás listo para continuar con tus estudios desarrollando un Doctorado asociado a este ámbito del conocimiento y así, progresivamente, alcanzar otros méritos científicos.

07

Idiomas gratuitos

Convencidos de que la formación en idiomas es fundamental en cualquier profesional para lograr una comunicación potente y eficaz, TECH ofrece un itinerario complementario al plan de estudios curricular, en el que el alumno, además de adquirir las competencias de la Maestría, podrá aprender idiomas de un modo sencillo y práctico.

Acredita tu competencia lingüística

TECH te incluye el estudio de idiomas en la Maestría de forma ilimitada y gratuita”

En el mundo competitivo actual, hablar otros idiomas forma parte clave de nuestra cultura moderna. Hoy en día, resulta imprescindible disponer de la capacidad de hablar y comprender otros idiomas, además de lograr un título oficial que acredite y reconozca las competencias lingüísticas adquiridas. De hecho, ya son muchos los colegios, las universidades y las empresas que solo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un título oficial en base al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER).

El Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas es el máximo sistema oficial de reconocimiento y acreditación del nivel del alumno. Aunque existen otros sistemas de validación, estos proceden de instituciones privadas y, por tanto, no tienen validez oficial. El MCER establece un criterio único para determinar los distintos niveles de dificultad de los cursos y otorga los títulos reconocidos sobre el nivel de idioma que se posee.

En TECH se ofrecen los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el MCER. Los 48 Cursos de Preparación de Nivel Idiomático que tiene la Escuela de Idiomas de TECH están desarrollados en base a las últimas tendencias metodológicas de aprendizaje en línea, el enfoque orientado a la acción y el enfoque de adquisición de competencia lingüística, con la finalidad de preparar los exámenes oficiales de certificación de nivel.

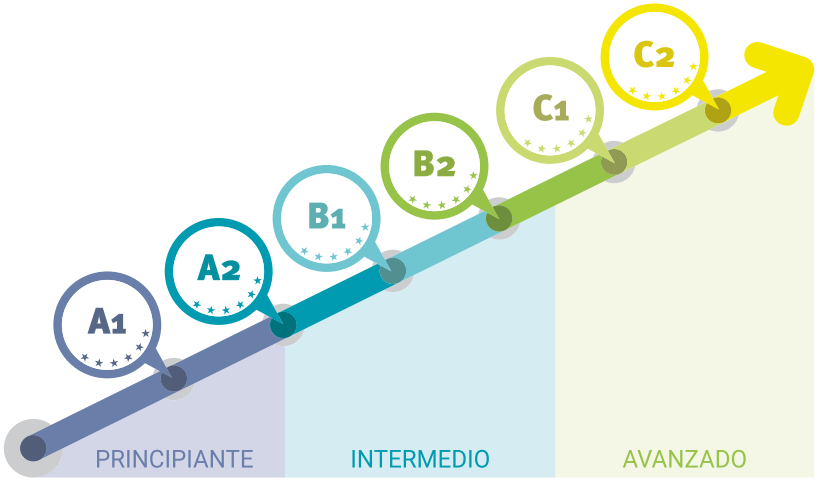
El estudiante aprenderá, mediante actividades en contextos reales, la resolución de situaciones cotidianas de comunicación en entornos simulados de aprendizaje y se enfrentará a simulacros de examen para la preparación de la prueba de certificación de nivel.

Solo el coste de los Cursos de Preparación de idiomas y los exámenes de certificación, que puedes llegar a hacer gratis, valen más de 3 veces el precio de la Maestría Oficial Universitaria"

TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- Podrá elegir los Cursos de Preparación de Nivel de los idiomas y nivel que desee, de entre los disponibles en la Escuela de Idiomas de TECH, mientras estudie la Maestría Oficial Universitaria, para poder prepararse el examen de certificación de nivel
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCER, desde el nivel A1 hasta el nivel C2
- Cada año podrá presentarse a un examen telepresencial de certificación de nivel, con un profesor nativo experto. Al terminar el examen, TECH le expedirá un certificado de nivel de idioma
- Estudiar idiomas NO aumentará el coste del programa. El estudio ilimitado y la certificación anual de cualquier idioma están incluidas en la Maestría Oficial Universitaria

"48 Cursos de Preparación de Nivel para la certificación oficial de 8 idiomas en los niveles MCER A1, A2, B1, B2, C1 y C2"



08
Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los ***case studies*** con el ***Relearning***, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera"

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“En TECH NO tendrás clases en directo (a las que luego nunca puedes asistir)”

Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.

Método *Relearning*

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.

> *La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios"*

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.

Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:

Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.

Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.

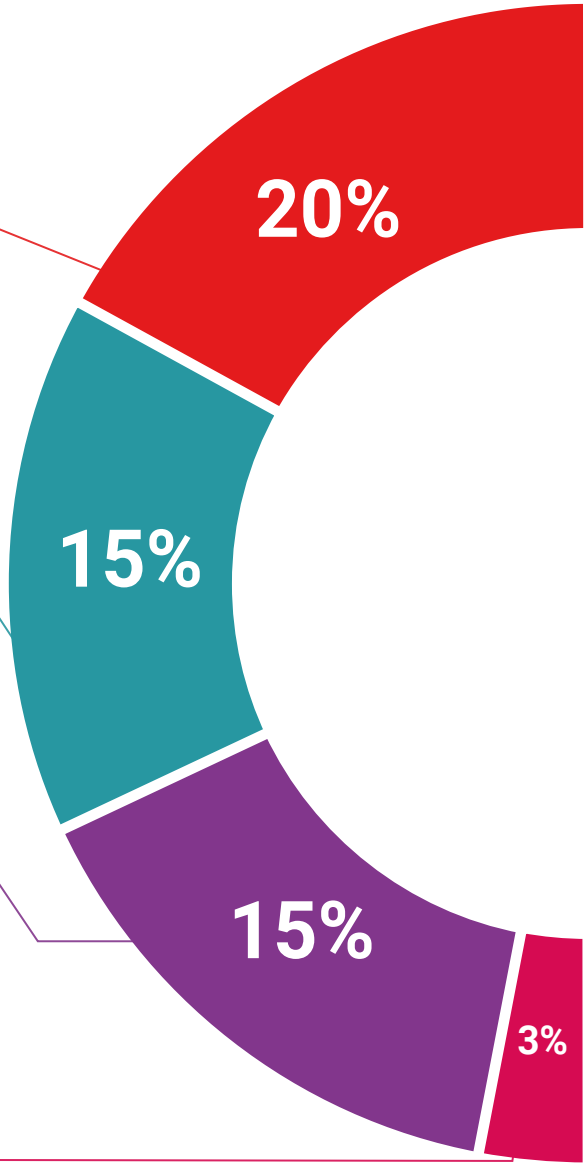
Resúmenes interactivos

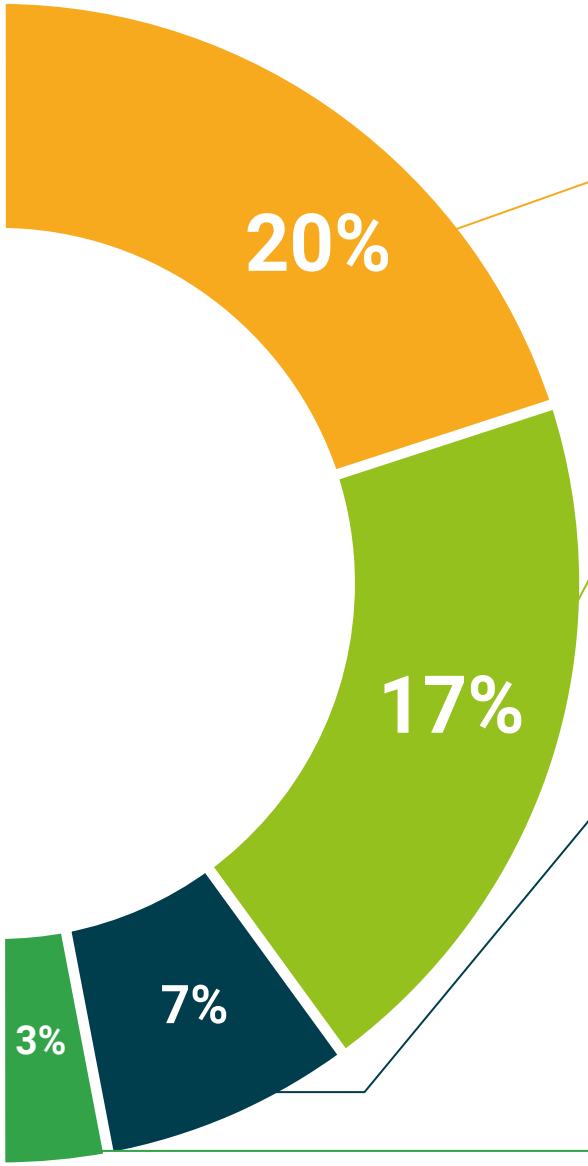
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".

Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.

Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.

09

Titulación

La Maestría Oficial Universitaria en Dirección Comercial y de Mercadotecnia es un programa ofrecido por TECH Universidad que cuenta con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE), otorgado por la Secretaría de Educación Pública (SEP) y, por tanto, tiene validez oficial en México.

Obtén un título oficial con validez internacional y da un paso adelante en tu carrera profesional”

La **Maestría en Dirección Comercial y de Mercadotecnia** es un programa con reconocimiento oficial. El plan de estudios se encuentra incorporado a la Secretaría de Educación Pública y al Sistema Educativo Nacional mexicano, mediante número de RVOE **20210621**, de fecha **07/04/2021**, modalidad no escolarizada. Otorgado por la Dirección de Instituciones Particulares de Educación Superior (DIPES).

Además de obtener el título de Maestría Oficial Universitaria, con el que poder alcanzar una posición bien remunerada y de responsabilidad, servirá para acceder al nivel académico de doctorado y progresar en la carrera universitaria. Con TECH el egresado eleva su estatus académico, personal y profesional.

Este programa tiene reconocimiento en los Estados Unidos de América, gracias a la evaluación positiva de la National Association of Credential Evaluation Services de USA (*NACES*), como equivalente al **Master of Business Administration in Marketing Management** earned by distance education.

TECH Universidad ofrece esta Maestría Oficial Universitaria con reconocimiento oficial RVOE de Educación Superior, cuyo título emitirá la Dirección General de Acreditación, Incorporación y Revalidación (DGAIR) de la Secretaría de Educación Pública (SEP).

Se puede acceder al documento oficial de RVOE expedido por la Secretaría de Educación Pública (SEP), que acredita el reconocimiento oficial internacional de este programa.

Para solicitar más información puede dirigirse a su asesor académico o directamente al departamento de atención al alumno, a través de este correo electrónico: *informacion@techtitute.com*

RVOE
EDUCACIÓN SUPERIOR

Ver documento RVOE

TECH es miembro de la **Economics, Business and Enterprise Association (EBEA)**, organización que se destaca por su enfoque profesional en las ciencias empresariales y el continuo apoyo al desarrollo de los estudiantes de negocios. Esto lo logran a través de una multitud de talleres, cursos y programas didácticos que le ayudarán al alumno a incursionar en el mundo empresarial. De igual manera la EBEA promueve la integración de sus miembros en el mundo profesional mediante su vinculación con entidades privadas en las que el alumno tendrá la oportunidad de acceder al terminar el programa académico.

TECH es miembro de: ebea

Título: **Maestría en Dirección Comercial y de Mercadotecnia**

Título equivalente en USA: **Master of Business Administration in Marketing Management**

Nº de RVOE: **20210621**

Fecha acuerdo RVOE: **07/04/2021**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **21 meses**

Supera con éxito este programa y recibe tu título de Maestría Oficial Universitaria en Dirección Comercial y de Mercadotecnia con el que podrás desarrollar tu carrera académica"

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

Estados Unidos Mexicanos
Secretaría de Educación Pública
Dirección General de Acreditación, Incorporación y Revalidación
Constancia de Autenticación del Título Electrónico

Clave Única de Registro de Población

Folio Digital
https://www.siged.sep.gob.mx/titulos/utenticacion/

Datos del profesionista

Nombre(s)	Primer Apellido	Segundo Apellido

MAESTRÍA EN DIRECCIÓN COMERCIAL Y DE MERCADOTECNIA
Nombre del perfil o carrera — Clave del perfil o carrera

Datos de la institución

TECH MÉXICO UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
Nombre

20210621
Número del Acuerdo de Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE)

Lugar y fecha de expedición

CIUDAD DE MÉXICO
Entidad — Fecha

Responsables de la institución

RECTOR. GERARDO DANIEL OROZCO MARTÍNEZ

Firma electrónica de la autoridad educativa

Nombre:

Cargo: DIRECTORA DE REGISTROS ESCOLARES, OPERACIÓN Y EVALUACIÓN

No. Certificado: 00001000000510871752

Sello Digital: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Fecha de Autenticación:

La presente constancia de autenticación se expide como un registro fiel del trámite de autenticación a que se refiere el Artículo 14 de la Ley General de Educación Superior. La impresión de la constancia de autenticación acompañada del formato electrónico con extensión XML, que pertenece al título profesional, diploma o grado académico electrónico que generan las Instituciones, en papel bond, a color o blanco y negro, es válida y debe ser aceptada para realizar todo trámite inherente al mismo, en todo el territorio nacional.

La presente constancia de autenticación ha sido firmada mediante el uso de la firma electrónica, amparada por un certificado vigente a la fecha de su emisión y es válido de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1; 2, fracciones IV, V, XIII y XIV; 3, fracciones I y II; 7; 8; 9; 13; 14; 16 y 25 de la Ley de Firma Electrónica Avanzada; 7 y 12 del Reglamento de la Ley de Firma Electrónica Avanzada.

La integridad y autoría del presente documento se podrá comprobar a través de la página electrónica de la Secretaría de Educación Pública por medio de la siguiente liga: https://www.siged.sep.gob.mx/titulos/autenticacion/, con el folio digital señalado en la parte superior de este documento. De igual manera, se podrá verificar el documento electrónico por medio del código QR.

10

Reconocimiento en USA

En **TECH Universidad**, te ofrecemos más que una educación de excelencia, este es un **título con reconocimiento en los Estados Unidos de América (USA)**.

Nuestros programas han sido evaluados por Josef Silny & Associates, Inc., agencia miembro de la **National Association of Credential Evaluation Services de USA** (*NACES*), la principal organización de validación de credenciales académicas en USA.

Obtén un título con reconocimiento en USA y expande tu futuro internacional"

Estudia este programa y obtendrás:

- **Equivalencia en USA:** este título será considerado equivalente a un Master of Business Administration en los Estados Unidos de América, lo que te permitirá ampliar tus oportunidades educativas y profesionales. Esto significa que tu formación será reconocida bajo los estándares académicos norteamericanos, brindándote acceso a oportunidades profesionales sin necesidad de revalidaciones.
- **Ventaja competitiva en el mercado laboral:** empresas globales valoran profesionales con credenciales que cumplen con estándares internacionales. Contar con un título reconocido en USA te brinda mayor confianza ante los empleadores, facilitando la inserción en compañías multinacionales, instituciones académicas y organizaciones con operaciones en varios países.
- **Puertas abiertas para estudios de posgrado en USA:** si deseas continuar con una segunda licenciatura, una maestría o un doctorado en una universidad de USA, este reconocimiento facilita tu admisión. Gracias a la equivalencia de tu título, podrás postularte a universidades en USA sin necesidad de cursar estudios adicionales de validación académica.
- **Certificación respaldada por una agencia reconocida:** Josef Silny & Associates, Inc. es una institución acreditada en USA, que es miembro de la National Association of Credential Evaluation Services de USA (NACES), la organización más prestigiosa en la validación de credenciales internacionales. Su evaluación otorga confianza y validez a tu formación académica ante universidades y empleadores en USA.
- **Mejorar tus ingresos económicos:** tener un título con equivalencia en USA no solo amplía tus oportunidades de empleo, sino que también puede traducirse en mejores salarios. Según estudios de mercado, los profesionales con títulos reconocidos internacionalmente tienen mayor facilidad para acceder a puestos **mejor remunerados** en empresas globales y multinacionales.

- **Postularte a las Fuerzas Armadas de USA:** si eres residente en EE.UU. (Green Card Holder) y deseas unirte a las Fuerzas Armadas de los Estados Unidos de América, este título universitario cumple con los requisitos **educativos mínimos** exigidos, sin necesidad de estudios adicionales. Esto te permitirá avanzar en el proceso de selección y optar a una carrera militar con mayores beneficios y posibilidades de ascenso.
- **Realizar trámites migratorios o certificación laboral:** si planeas solicitar una visa de trabajo, una certificación profesional o iniciar un trámite migratorio en USA, tener un título con equivalencia oficial puede facilitar el proceso. Muchas categorías de visa y programas de residencia requieren demostrar formación académica reconocida, y este reconocimiento te da una base sólida para cumplir con dichos requisitos.

Tras la evaluación realizada por la agencia de acreditación miembro de la **National Association of Credential Evaluation Services de USA** (*NACES*), este programa obtendrá una equivalencia por el:

Master of Business Administration in Marketing Management

Tramita tu equivalencia

Una vez obtengas el título, podrás tramitar tu equivalencia a través de TECH sin necesidad de ir a Estados Unidos y sin moverte de tu casa.

TECH realizará todas las gestiones necesarias para la obtención del informe de equivalencia de grado académico que reconoce, en los Estados Unidos de América, los estudios realizados en TECH Universidad.

11

Homologación del título

Para que el título universitario obtenido, tras finalizar la **Maestría Oficial Universitaria en Dirección Comercial y de Mercadotecnia**, tenga validez oficial en cualquier país, se deberá realizar un trámite específico de reconocimiento del título en la Administración correspondiente. TECH facilitará al egresado toda la documentación necesaria para tramitar su expediente con éxito.

Tras finalizar este programa recibirás un título académico oficial con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE)"

Cualquier estudiante interesado en tramitar el reconocimiento oficial del título de **Maestría Oficial Universitaria en Dirección Comercial y de Mercadotecnia** en un país diferente a México, necesitará la documentación académica y el título emitido con la Apostilla de la Haya, que podrá solicitar al departamento de Servicios Escolares a través de correo electrónico: *homologacion@techtitute.com*

La Apostilla de la Haya otorgará validez internacional a la documentación y permitirá su uso ante los diferentes organismos oficiales en cualquier país.

Una vez el egresado reciba su documentación deberá realizar el trámite correspondiente, siguiendo las indicaciones del ente regulador de la Educación Superior en su país. Para ello, TECH facilitará en el portal web una guía que le ayudará en la preparación de la documentación y el trámite de reconocimiento en cada país.

Con TECH podrás hacer válido tu título oficial de Maestría en cualquier país.

El trámite de homologación permitirá que los estudios realizados en TECH tengan validez oficial en el país de elección, considerando el título del mismo modo que si el estudiante hubiera estudiado allí. Esto le confiere un valor internacional del que podrá beneficiarse el egresado una vez haya superado el programa y realice adecuadamente el trámite.

El equipo de TECH le acompañará durante todo el proceso, facilitándole toda la documentación necesaria y asesorándole en cada paso hasta que logre una resolución positiva.

El procedimiento y la homologación efectiva en cada caso dependerá del marco normativo del país donde se requiera validar el título.

El equipo de TECH te acompañará paso a paso en la realización del trámite para lograr la validez oficial internacional de tu título"

12

Requisitos de acceso

La **Maestría Oficial Universitaria en Dirección Comercial y de Mercadotecnia** de TECH Universidad cuenta con el Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE) ente la Secretaría de Educación Pública (SEP). En consonancia con esa acreditación, los requisitos de acceso del programa académico se establecen en conformidad con lo exigido por el contexto normativo vigente.

Revisa los requisitos de acceso de esta Maestría Oficial Universitaria y prepárate para iniciar este itinerario académico con el que actualizarás todas tus competencias profesionales"

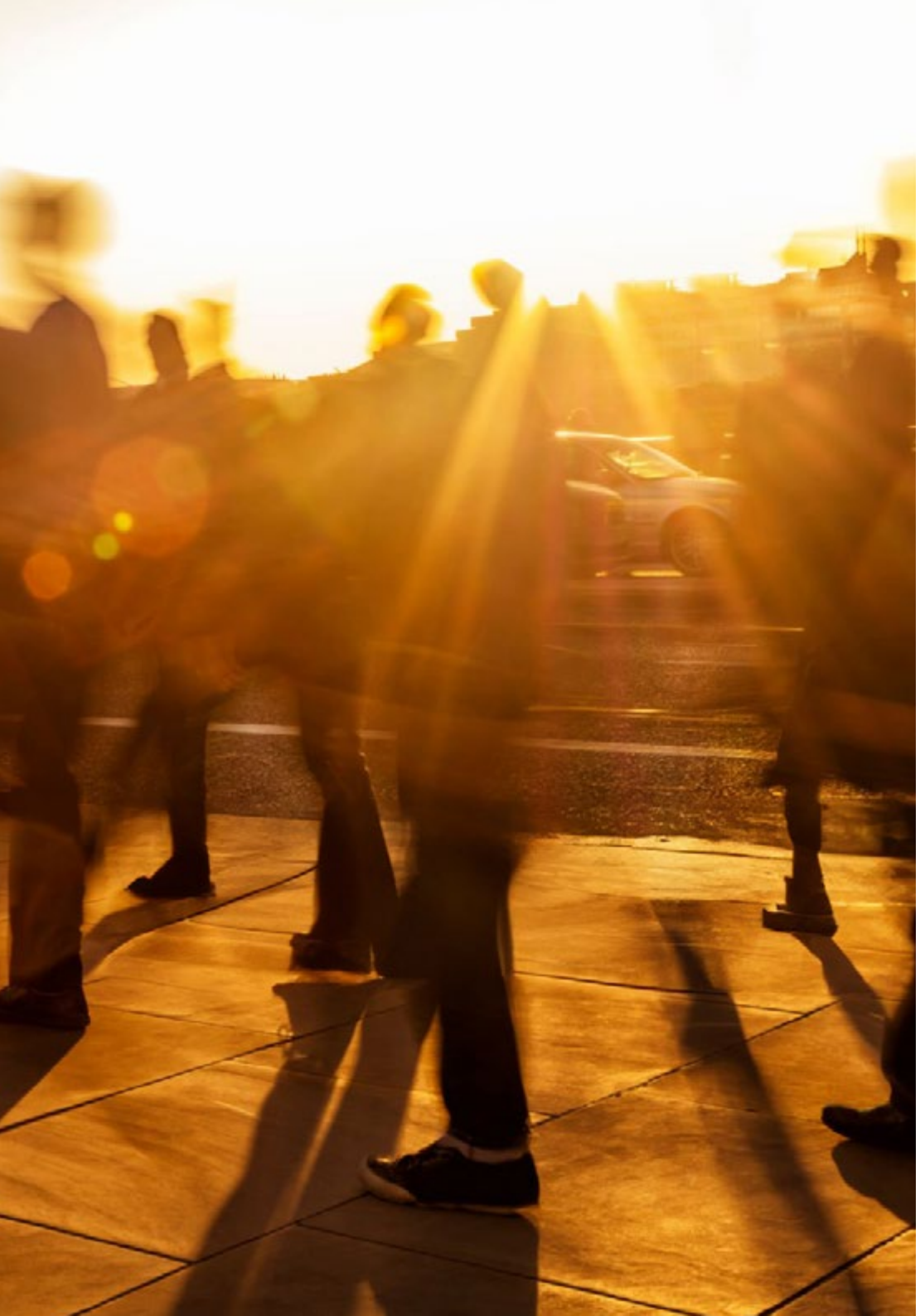
La norma establece que para inscribirse en la **Maestría Oficial Universitaria en Dirección Comercial y de Mercadotecnia** con Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE), es imprescindible cumplir con un perfil académico de ingreso específico.

Los candidatos interesados en cursar esta maestría oficial deben **haber finalizado los estudios de Licenciatura o nivel equivalente**. Haber obtenido el título será suficiente, sin importar a qué área de conocimiento pertenezca.

Aquellos que no cumplan con este requisito o no puedan presentar la documentación requerida en tiempo y forma, no podrán obtener el grado de Maestría.

Para ampliar la información de los requisitos de acceso al programa y resolver cualquier duda que surja al candidato, podrá ponerse en contacto con el equipo de TECH Universidad en la dirección de correo electrónico: *requisitosdeacceso@techtitute.com*.

Cumple con los requisitos de acceso y consigue ahora tu plaza en esta Maestría Oficial Universitaria.

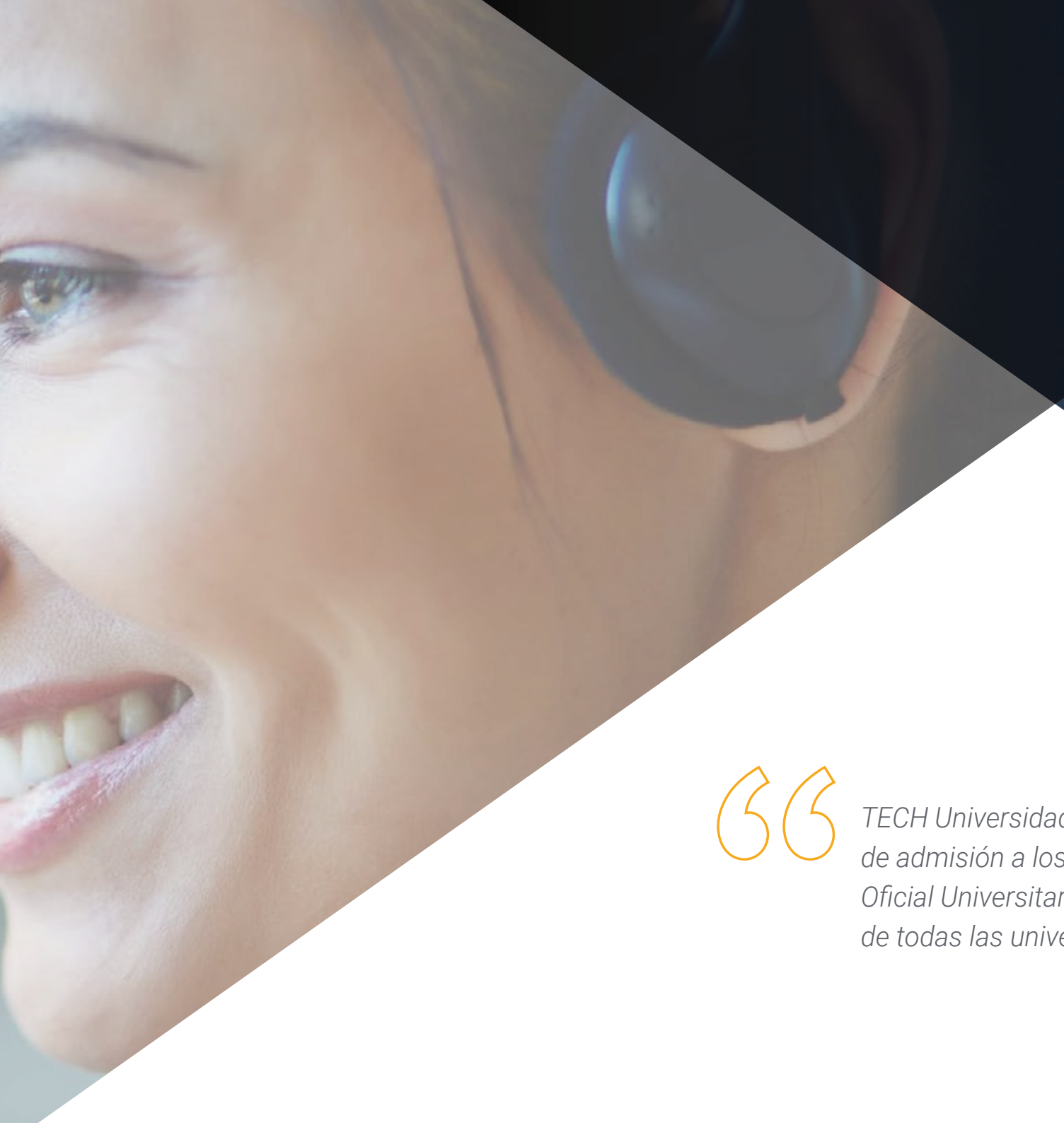


Si cumples con el perfil académico de ingreso de este programa con RVOE, contacta ahora con el equipo de TECH y da un paso definitivo para impulsar tu carrera"

13

Proceso de admisión

El proceso de admisión de TECH es el más sencillo de todas las universidades online. Se podrá comenzar el programa sin trámites ni esperas: el alumno empezará a preparar la documentación y podrá entregarla más adelante, sin apuros ni complicaciones. Lo más importante para TECH es que los procesos administrativos sean sencillos y no ocasionen retrasos, ni incomodidades.



TECH Universidad ofrece el procedimiento de admisión a los estudios de Maestría Oficial Universitario más sencillo y rápido de todas las universidades virtuales"

Para TECH lo más importante en el inicio de la relación académica con el alumno es que esté centrado en el proceso de enseñanza, sin demoras ni preocupaciones relacionadas con el trámite administrativo. Por ello, se ha creado un procedimiento más cómodo en el que podrá enfocarse desde el primer momento a su formación, contando con un plazo de tiempo para la entrega de la documentación pertinente.

Los pasos para la admisión son simples:

1. Facilitar los datos personales al asesor académico para realizar la inscripción.
2. Recibir un email en el correo electrónico en el que se accederá a la página segura de TECH y aceptar las políticas de privacidad y las condiciones de contratación e introducir los datos de tarjeta bancaria.
3. Recibir un nuevo email de confirmación y las credenciales de acceso al campus virtual.
4. Comenzar el programa en la fecha de inicio oficial.

De esta manera, el estudiante podrá incorporarse al curso académico sin esperas. Posteriormente, se le informará del momento en el que se podrán ir enviando los documentos, a través del campus virtual, de manera muy práctica, cómoda y rápida. Sólo se deberán subir en el sistema para considerarse enviados, sin traslados ni pérdidas de tiempo.

Todos los documentos facilitados deberán ser rigurosamente válidos y estar en vigor en el momento de subirlos.

Los documentos necesarios que deberán tenerse preparados con calidad suficiente para cargarlos en el campus virtual son:

- Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno (documento de identificación oficial, pasaporte, acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento o acta de adopción)
- Copia digitalizada de Certificado de Estudios Totales de Bachillerato legalizado

Para resolver cualquier duda que surja, el estudiante podrá realizar sus consultas a través del correo: *procesodeadmision@techtitute.com*

Este procedimiento de acceso te ayudará a iniciar tu Maestría Oficial Universitaria cuanto antes, sin trámites ni demoras.

tech universidad

Nº de RVOE: 20210621

Maestría Oficial Universitaria Dirección Comercial y de Mercadotecnia

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% en línea**

Duración: **21 meses**

Fecha acuerdo RVOE: **07/04/2021**

Maestría Oficial Universitaria

Dirección Comercial y de Mercadotecnia

Nº de RVOE: 20210621

RVOE
EDUCACIÓN SUPERIOR

Título reconocido en USA

TECH es miembro de:

ebea

tech universidad