



Maestría en
MERCADOTECNIA
MENCIÓN EN GERENCIA DE MARCA

 RPC-SO-12-No.234-2020



Bienvenidos
Maestranter



Nory Pinela Morán, MBA, MSF.

El entorno en el cual nos desarrollamos es dinámico y de constante cambio, esta realidad nos impulsa al aprendizaje de nuevos conocimientos que en el marco de desarrollo profesional lo encontramos en un programa de cuarto nivel en educación superior; por ello, ECOTEC Posgrado a través de su oferta académica de maestrías, propone a profesionales y ejecutivos una formación integral que va más allá de adquirir conocimientos, plantea una formación humanista y con sentido responsable hacia la sociedad y el medio ambiente.

Impartimos conocimiento a través de metodologías basadas en el aprendizaje activo, donde profesores y estudiantes analizan los aspectos teóricos de cada asignatura, comparten experiencias, discuten y reflexionan situaciones reales de las organizaciones. Esta metodología impulsa en nuestros maestrantes el pensamiento crítico y fomenta al desarrollo de una visión estratégica e integral de la organización y el entorno, la cual podrán poner en práctica en la vida laboral. Estos aspectos identificarán a nuestros maestrantes como agentes generadores de cambio en sus organizaciones validando la calidad académica de nuestros programas.

Bienvenidos a ECOTEC Posgrado, una oportunidad para el desarrollo profesional, personal y académico.

Objetivos DEL PROGRAMA



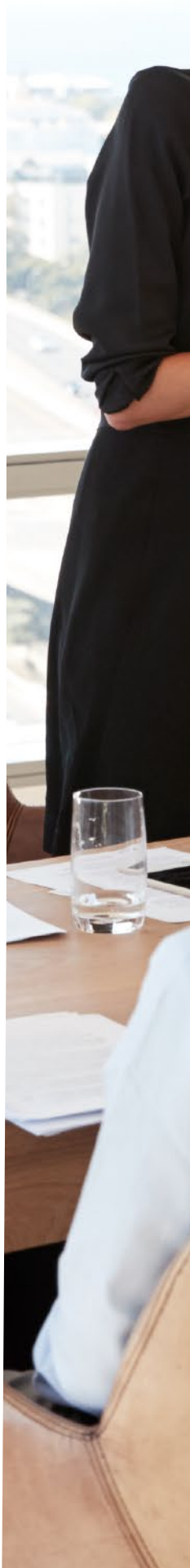
1 Preparar a profesionales para crear nuevos activos intangibles para las compañías, apoyando el valor de marca mediante planes estratégicos de marketing.

2 Fundamentar las bases del desarrollo de planes estratégicos de marketing y marcas a través de los principales enfoques teóricos y prácticos del marketing.



3 Planificar auditorías de marcas e investigaciones de mercado que permitan a las organizaciones captar oportunidades de diferenciación contribuyendo a una estrategia sólida para sus marcas.

4 Diseñar estrategias de marca que permitan la creación de valor real para las organizaciones.





Metodología

La metodología de enseñanza de ECOTEC Posgrado tiene un enfoque teórico – práctico y colaborativo – participativo; bajo este enfoque, conjuntamente profesores y estudiantes son constructores de conocimientos, permitiendo que el proceso de aprendizaje fomente el criterio analítico, otorgue una visión integral y global de la sociedad y sus participantes y conlleve a desarrollar las competencias profesionales de nuestros maestrantes a través de las cuales se conviertan en agentes generadores de cambio.

COMPETENCIAS

El Magíster en Mercadotecnia con mención en Gerencia de Marca:

- Domina los principales enfoques teóricos y epistemológicos del marketing que permiten evaluar la gestión de marketing y marcas de las organizaciones, con pensamiento crítico, propositivo y prospectivo.
- Gestiona investigaciones de mercado previo análisis y decisión de las herramientas más efectivas, para la toma de decisiones que contribuyan a la capitalización de marcas y planificación de marketing.
- Diseña con el uso de herramientas de la investigación científica, estrategias de marca y los componentes adecuados para construir el capital de marca.
- Dirige con visión científica y epistémica, planes de marketing y comunicación que apoyen el posicionamiento de marca deseado y cuyas acciones aportarán a la construcción del capital de marca.
- Gestiona una marca a través de proyectos rentables de marketing.



Campo **OCUPACIONAL**

- Director de Proyectos de Investigación de Mercados.
- Director de Marketing de organizaciones privadas y públicas.
- Gerente o Director de Desarrollo de Proyectos.
- Gerente o Director de Desarrollo de Proyectos de Investigación de Mercadeo.
- Consultor de Marketing para organizaciones públicas o privadas.
- Gerente de Producto.
- Gerente de Marca en entornos altamente competitivos.
- Gerente de Publicidad.
- Profesional enfocado en la innovación de productos que brinden un valor agregado.

Plan DE ESTUDIO

SEMESTRE 1

Principios y Nuevas
Tendencias del Marketing

Comportamiento del
Consumidor

Branding: Construcción de
Marca

Marketing Science:
Estadísticas aplicadas al
Marketing

Metodología de la
Investigación

SEMESTRE 2

Propiedad Intelectual

Posicionamiento y
Capitalización de Marca

Estrategias de Productos,
Precios y Promoción

Gerencia de Marca

Proyecto Estratégico
Integrador de Marketing



Contenidos

• PRINCIPIOS Y NUEVAS TENDENCIAS DEL MARKETING

Explicar los principios, componentes y características de la Mercadotecnia. Determinar las principales tendencias contemporáneas de la Mercadotecnia y su incidencia en el desarrollo del mercado y la empresa. Fundamentar, con visión estratégica, los entornos y necesidades del consumidor. Gestionar la marca en los entornos digitales teniendo en cuenta los diferentes componentes del marketing digital.

• COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Fundamentar la importancia del estudio del comportamiento del consumidor. Identificar los factores que influyen en los cambios de conducta del consumidor en el proceso de compra. Analizar, teniendo en cuenta los intereses, características y motivaciones del consumidor, las diversas estrategias de marketing en el ámbito empresarial.

• BRANDING: CONSTRUCCIÓN DE MARCA

Valorizar la marca a partir de sus características constitutivas. Relacionar, teniendo en cuenta sus características, la marca corporativa y la marca de los productos y servicios. Caracterizar, a partir de ventajas y desventajas, las estrategias existentes para la gestión de marcas. Generar estrategias adecuadas para mejorar el posicionamiento del producto o servicio, mediante la marca y su comunicación.

• MARKETING SCIENCE: ESTADÍSTICAS APLICADAS AL MARKETING

Fundamentar la importancia de la investigación de mercados como gestora de información para la posterior planificación, ejecución y desarrollo de estrategias. Analizar la oferta y demanda existente en un determinado mercado objetivo y el correspondiente tipo de investigación. Aplicar los pasos del proceso de investigación de mercados con la finalidad de obtener el resultado esperado para la posterior toma de decisiones estratégicas. Comprender la importancia del trabajo en equipo, potencializando las habilidades de sus miembros y asumiendo cada uno la responsabilidad que le corresponda.

• METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Caracterizar la investigación científica y sus principales modalidades. Fundamentar desde las bases epistemológicas del proceso de investigación la selección de un tema de investigación. Dominar los procesos lógicos de planificación del diseño metodológico de la investigación científica. Determinar, con la aplicación del método científico, regularidad es del proceso científico investigativo. Comunicar los resultados de la investigación científica.



• PROPIEDAD INTELECTUAL

Caracterizar la propiedad intelectual y sus principales dimensiones. Determinar las regulaciones de la propiedad intelectual ecuatoriana en el ámbito de la Mercadotecnia y las marcas. Solucionar problemas en el ámbito de la mercadotecnia aplicando la legislación ecuatoriana de propiedad intelectual.

• POSICIONAMIENTO Y CAPITALIZACIÓN DE MARCA

Caracterizar las estrategias de posicionamiento de una marca, teniendo en cuenta los componentes para su construcción. Fundamentar el proceso de auditoría de marca. Gestionar la experiencia del cliente, favoreciendo la competitividad de las empresas a través de la generación de valor añadido diferenciado por tipo de cliente en cada punto de contacto. Desarrollar las capacidades organizativas necesarias para superar las expectativas de los clientes.

• ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS, PRECIOS Y PROMOCIÓN

Determinar la importancia de las estrategias de producto, servicio, precio y promoción como apoyo a la estrategia general de las compañías. Valorar las diversas estrategias de marketing existentes en cuanto a producto, servicio, precio y promoción. Implementar estrategias apropiadas acorde a los contextos y exigencias del mercado. Diseñar con pensamiento creativo piezas publicitarias ligadas con la estrategia central y la estrategia de medios. Establecer indicadores para medir el impacto de una campaña y estrategias de comunicación publicitarias, demostrando una actitud reflexiva y crítica. Implementar un plan estratégico de promoción integrado que permita alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa.

• GERENCIA DE MARCA

Determinar el manejo estratégico de marca con respecto a su concepto de valor. Desarrollar, con el uso de las herramientas de la investigación, el proceso de planeación estratégica y su relación con el valor de la marca. Evaluar las estrategias de marca dentro de un plan de mercadotecnia. Analizar información económica y financiera para la toma de decisiones en el ámbito de la mercadotecnia. Evaluar financieramente la viabilidad de los proyectos de marketing para la aprobación o negación de los mismos.

• PROYECTO ESTRATÉGICO DE MARKETING

Determinar un plan de marketing digital, ajustado al cumplimiento de objetivos medibles, dado un presupuesto y recursos limitados. Evaluar planes de marketing teniendo en cuenta los fundamentos epistémicos y científicos para su aplicación en el contexto.

Con tu *Maestría* puedes obtener una

SEGUNDA ★ TITULACIÓN ★ INTERNACIONAL EMITIDA POR ENyD



La alianza internacional entre **ECOTEC** y la **Escuela de Negocios y Dirección ENyD**, permite fortalecer nuestros programas de posgrado y que nuestros maestrantes vivan la experiencia de la internacionalización obteniendo una **segunda titulación española**.

ENyD es una de las 10 primeras instituciones europeas de educación online y se encuentra entre las primeras Escuelas de Negocios españolas con mejores programas en línea. Además, es uno de los centros educativos españoles más innovadores según el ranking INNOVATEC.



Títulos a obtener

- Magíster en Mercadotecnia con mención en Gerencia de Marca - **ECOTEC**
- Máster en Branding y Gerencia de Marca - **Título propio ENyD**

EL TÍTULO EUROPEO DE MÁSTER

- Será entregado luego de aprobar todas las materias de tu programa de posgrado y el taller internacional dictado por ENyD.
- Lo recibirás el día de tu graduación junto a tu título ECOTEC.



Claustro

El claustro está conformado por profesores con grados de doctor y magíster; expertos en el área de estudio que imparten, con amplia trayectoria profesional y académica.

1440

HORAS DEL
PROGRAMA



HORARIOS
EJECUTIVOS



12 MESES



Admisión

REQUISITOS DE POSTULACIÓN:

- Presentación del formulario de admisión con la información solicitada y firmas originales respectivas.
- Dos copias a color de la cédula de identidad.
- Dos copias a color del pasaporte y visa (aplica para extranjeros).
- Dos juegos de hoja de vida actualizada.
- Dos copias a color del título de tercer nivel de grado otorgado por la universidad.
- Dos copias a color del título nacional o extranjero inscrito en el registro de la Senescyt.
- Certificado que acredite el nivel de inglés A2 según el marco común europeo de referencia para lenguas.
- Dos cartas de recomendación académica con firmas originales respectivas.
- Dos fotos a color tamaño carné.
- Dos copias a color de carné CONADIS (en caso de poseer alguna discapacidad).

Nota: Todos los documentos se presentarán en dos carpetas.

Proceso de POSTULACIÓN



Inscripción de
Admisión



Entrega de
Documentos



Prueba
Psicotécnica



Entrevista



www.ecotec.edu.ec/posgrado

- **Campus Samborondón**, Vía Samborondón Km. 13.5 • **Campus Juan Tanca Marengo**, Av. Juan Tanca Marengo Km. 2 • **Campus La Costa**, Vía a La Costa Km. 16.5
- PBX: (04) 372 3400 opc. 2 • 📞 099 392 1114 • Email: posgrado@ecotec.edu.ec