



Instituto Benoit
Latinoamericano



MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD EN ENTORNOS DIGITALES

Primer Cuatrimestre

- Análisis del Consumidor
- Construcción de Marca en Medios Digitales

Segundo Cuatrimestre

- Psicología del Consumidor
- Tendencias de la Publicidad

Tercer Cuatrimestre

- Programación Neurolingüística
- Producción Publicitaria
- Liderazgo Estratégico
-

Cuarto Cuatrimestre

- Desarrollo de Habilidades Empresariales
- Plan de Mercadotecnia Digital
- Generación y Creación del Conocimiento.

Quinto Cuatrimestre

- Dirección de Ventas
- Dirección de Mercadotecnia
- Generación y Creación del Conocimiento II

Sexto Cuatrimestre

- Administración del Capital Humano en Empresas Digitales
- Comercio Electrónico
- Administración del Tiempo

Habilidades Relevantes

- Comprender e interpretar textos escritos para analizar información compleja y fundamentar decisiones estratégicas.
- Ejecutar pensamiento crítico, analítico y creativo, aplicándolo en la solución de problemas del entorno digital.
- Planificar tareas y proyectos de forma organizada, orientándose al logro de objetivos específicos.
- Comunicar ideas de manera clara y efectiva, tanto de forma oral como escrita, en contextos académicos y profesionales.

Aptitudes

- Disposición para el estudio independiente y el aprendizaje autónomo.
- Capacidad de organización, para estructurar y ejecutar planes de trabajo de manera efectiva.
- Perfil dinámico, creativo y colaborativo, con habilidades para trabajar en equipo y generar soluciones innovadoras.
- Responsabilidad y compromiso para asumir y cumplir con las tareas académicas y profesionales.
- Pensamiento crítico y reflexivo, orientado a la construcción de propuestas disruptivas en marketing y publicidad.



Plan de estudio.



Flexible.



6 Cuatrimestres.



14 Semanas.



1 Hora.

