

Posgrados
Anáhuac

DOCTORADO EN
**COMUNICACIÓN Y
MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA**



Anáhuac
México



DOCTORADO EN COMUNICACIÓN Y MERCADOTECNIA ESTRATÉGICA

La Universidad Anáhuac surgió en 1964 con el objetivo fundamental de elevar la condición humana y social de los hombres y las mujeres de México mediante la formación integral de líderes de acción positiva con valores y conciencia social.

MISIÓN

Ser una comunidad universitaria que contribuye e impulsa el proceso de formación integral de las personas que por su excelente e innovadora preparación profesional y cultural de nivel internacional, por su profunda formación humana y moral inspirada en los valores perennes del humanismo cristiano, y por su genuina conciencia social sean líderes de acción positiva que promuevan el desarrollo del ser humano y de la sociedad.

Programa orientado a la formación de investigadores, emprendedores, consultores, gestores y directivos en las áreas de la Comunicación y la mercadotecnia Estratégica. Ideal para profesionales en el mundo de la publicidad, la mercadotecnia integral, las relaciones públicas, y la comunicación masiva, interna, creativa, organizacional y digital.

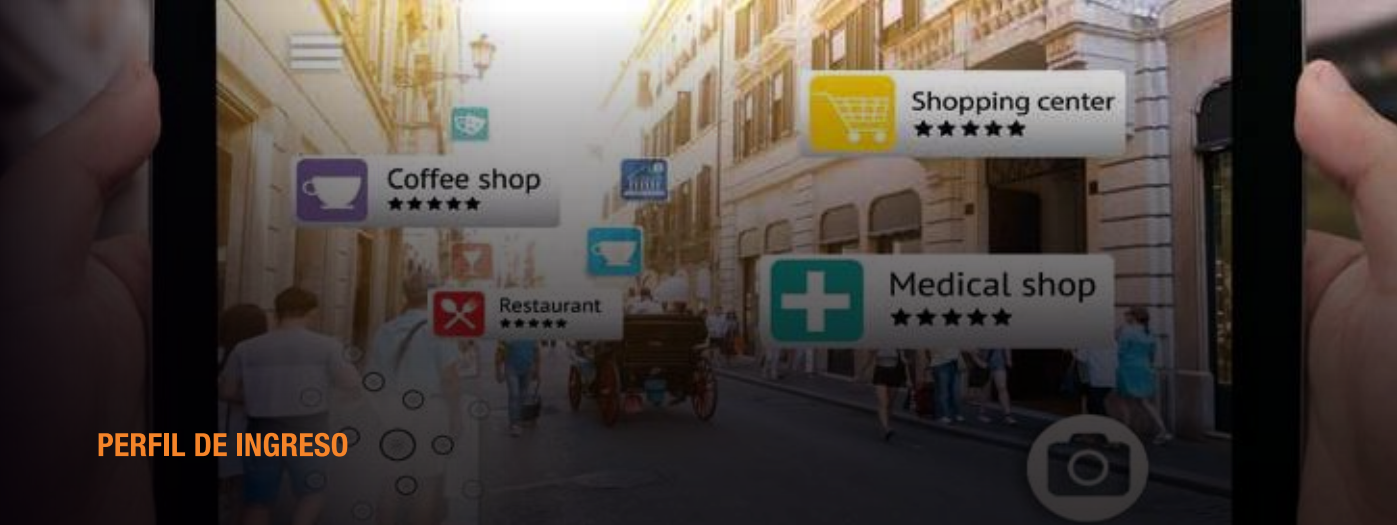
Nuestro plan de estudios permitirá a los estudiantes desarrollar las competencias y el dominio teórico, administrativo y de investigación que le permitirá ubicar la comunicación en el corazón neurálgico y estratégico de las instituciones y organizaciones públicas, privadas y del tercer sector para impulsar cambios profundos y positivos en el ámbito económico, político, social y cultural.

El claustro docente está integrado por investigadores y profesionales en las diferentes áreas de la comunicación y la mercadotecnia estratégica, varios de ellos miembros del Sistema Nacional de Investigadores y que cuentan con publicaciones en revistas y libros. Además, trabajan para que nuestros estudiantes y egresados asuman un liderazgo nacional e internacional en la investigación, consultoría y gestión, a fin de enriquecer el campo de la comunicación y la mercadotecnia.

El programa es ideal para quienes desean incentivar una visión crítica, propositiva y socialmente responsable de los procesos de la comunicación, así como para aquellos que están profundamente convencidos del poder de la comunicación para desarrollar ambientes sociales armónicos y que mejoren la calidad de vida de las personas.

OBJETIVOS

- Formar profesionales especializados con sólidos conocimientos teóricos y prácticos que brinden consultoría y asesoría en los campos de la comunicación y la mercadotecnia, basándose en la investigación y generación del conocimiento, principalmente en el diseño e implementación de estrategias exitosas para los planes de negocio. Además, brindarles las herramientas para responder al entorno global y cambiante de las organizaciones.
- Ser un espacio de análisis, crítica e investigación aplicada sobre el comportamiento y situaciones de mercado en materia de comunicación y mercadotecnia nacional y global, en cuanto a su economía, nivel cultural, política empresarial, idiosincrasia del consumidor, políticas de los canales de comercialización, logística de distribución, planeación en medios y ambiente competitivo.



PERFIL DE INGRESO

Egresados de las licenciaturas en comunicación, administración, mercadotecnia, actuaría, economía, ingeniería y áreas afines, o de cualquier área con experiencia profesional en el área de comunicación o mercadotecnia.

El programa cuenta con un riguroso proceso de admisión, el cual contempla un examen diagnóstico que determinará los módulos que el aspirante debe cursar para adquirir o reforzar los fundamentos de comunicación y mercadotecnia para conocer el estado del arte de estos dos campos de conocimiento.

PERFIL DE EGRESO

Los egresados serán personas íntegras, con una profunda formación humana y moral, inspirada en los valores perennes del humanismo cristiano, con los suficientes conocimientos, habilidades y destrezas que le permitan asumir el desarrollo de su actividad, con responsabilidad, de manera práctica, con perspectiva global y con enfoque empresarial.

Como resultado del aprendizaje adquirido en la Universidad Anáhuac México, el egresado se desarrollará en las siguientes áreas académicas:

COMUNICACIÓN Y MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

- Desarrollo de estrategias y planes estratégicos de comunicación, claros, contundentes y éticos, orientados a las audiencias clave para posicionar un servicio o producto.
- Selección y uso de los medios de comunicación, tradicionales o digitales, a partir de los resultados de su evaluación, para obtener la respuesta esperada por el consumidor y lograr una ventaja competitiva.
- Análisis de la información y elaboración de reportes que integren los hallazgos del análisis estadístico para fortalecer la toma de decisiones estratégicas.
- Realización e integración de productos de investigación a fin de difundir los hallazgos para el avance y desarrollo del mundo profesional en su campo de acción, agregando valor a las áreas o empresas.



MERCADOTECNIA Y ESTUDIOS DEL CONSUMIDOR

- Elaboración de planes de medios con metas alcanzables a fin de recuperar y superar la inversión realizada en los medios seleccionados, tomando en cuenta los objetivos de la empresa y los recursos de mercadotecnia.
- Brindar consultorías estratégicas en temas de comunicación y mercadotecnia, ejercitando un liderazgo centrado en la persona a fin de promover el desarrollo de la empresa.
- Generar soluciones prácticas y de valor en el mercado para el logro de mejoras significativas en la gestión de la comunicación y la mercadotecnia.
- Analizar el comportamiento y los factores del consumidor, con base en la investigación aplicada, a fin de integrarlos en el diseño e instrumentación de campañas de mercadotecnia y comunicación para el lanzamiento o mejora de la inserción de productos y servicios en el mercado.

INBOUND MARKETING STRATEGY

PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER SEMESTRE	Seminario de Investigación en comunicación y mercadotecnia I	Seminario en Dirección y estrategia de mercadotecnia	Neurociencias aplicadas al consumidor
SEGUNDO SEMESTRE	Planeación de la comunicación en medios digitales	Seminario de Investigación y habilidades analíticas	Asignatura electiva humanística
TERCER SEMESTRE	Evaluación de la comunicación en medios tradicionales y digitales	Seminario de Investigación en comunicación y mercadotecnia II	Seminario de estrategias y técnicas de consultoría
CUARTO SEMESTRE	Seminario de Investigación de modelos predictivos	Tópicos en mercadotecnia digital	Asignatura electiva de estudios generales
QUINTO SEMESTRE	Seminario de Investigación en comunicación y mercadotecnia III	Asignatura electiva humanística	
SEXTO SEMESTRE	Seminario de Investigación en comunicación y mercadotecnia IV	Asignatura electiva de especialización	

Materias electivas

Planeación y estrategia de la comunicación	Modelos de evaluación de la estrategia digital y otros medios
Mercadotecnia de responsabilidad social	Comportamiento del consumidor en la era digital

ESTRUCTURA CURRICULAR

La duración es de tres años en plan ideal, compuesta por seis semestres, cursando tres materias al semestre durante los dos primeros años y dos materias en el último año.

El modelo es presencial.

Campus Norte

Se cursa tres días: jueves y viernes de 7:00 a 10:00 hrs. y sábados de 7:00 a 11:30 hrs.



FACULTAD DE COMUNICACIÓN

El Doctorado en Comunicación y Mercadotecnia Estratégica está adscrito al Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), perteneciente a la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México.

Es un programa de orientación profesional que pretende aprovechar el conocimiento y la experiencia en el campo laboral de los estudiantes para enriquecer y actualizar los conocimientos a través de un enfoque constructivista, poniendo en práctica la teoría y provocando en los alumnos la capacidad de análisis y pensamiento crítico que les permita desarrollarse en el mundo profesional como expertos en su campo de acción, agregando valor a las áreas o empresas bajo su responsabilidad y teniendo en cuenta el ambiente altamente competido que existe en estas disciplinas.

La actividad de investigación relacionada con el programa se da de manera transversal en las asignaturas que se cursan en el programa, ya que el resultado final deberá llevar a la respuesta de un problema planteado dentro de una organización, por lo que el resultado obtenido será dar respuesta a una realidad.

Entre las temáticas que los alumnos podrán desarrollar están:

- Investigación de marcas
- Investigación de mercados
- Tendencias del consumidor
- Minería de datos
- Comunicación organizacional
- Comunicación y mercadotecnia digital
- Mercadotecnia estratégica
- Mercadotecnia operativa
- Comunicación estratégica

La investigación estará orientada a la obtención de conocimientos sólidos e innovadores relacionados con la comunicación, la mercadotecnia, medios tradicionales y digitales para desarrollar estrategias orientadas a acelerar el crecimiento de los negocios, en un ambiente dinámico, global y altamente competido y proponer soluciones adecuadas a problemas reales en un determinado contexto, sin perder la visión global.

Fundada en 1970, la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México ha renovado constantemente sus planes de estudio a fin de mantenerse a la vanguardia y responder adecuadamente a los retos que cada etapa de la historia de la sociedad de la información y el conocimiento le ha impuesto. Así, la Facultad ha contado con procesos de actualización y rediseño de sus planes de estudio, lo cual la ubica entre una de las más dinámicas dentro del amplio espectro de escuelas de comunicación del país y de Latinoamérica.



AGENCIAS DE ACREDITACIÓN Y ASOCIACIONES ACADÉMICAS

Agencias de acreditación

- Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior, A.C. (CIEES)
- Consejo de Acreditación de la Comunicación (CONAC)
- Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo (CLAEP)
- Accrediting Council on Education in Journalism and Mass Communications (ACEJMC)



Asociaciones académicas

- Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC)
- Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC)
- Academia Mexicana de la Comunicación, A.C.
- Asociación A Favor de lo Mejor
- Consejo de la Comunicación
- Asociación Mexicana de Comunicadores (AMCO)
- Asociación Nacional de la Publicidad (ANP)
- Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado (AMAI)
- Asociación Mexicana de Profesionales de Relaciones Públicas, A.C. (PRORP)
- Confederación de la Industria de la Comunicación Mercadotécnica (CICOM)
- Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS)
- Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC)





REQUISITOS DE ADMISIÓN

1. Entregar solicitud de admisión al posgrado debidamente llenada, disponible en la página web: <http://www.anahuac.mx/mexico/posgrados/admisiones>
2. Carta de motivos
3. Entrevista con el Coordinador Académico de Posgrado
4. Integrar un expediente con la siguiente documentación:



- Título de licenciatura (original y copia)
- Cédula profesional de licenciatura (original y copia)
- Certificado de estudios de licenciatura (original y copia)
- Título de maestría (original y copia)
- Cédula profesional de maestría (original y copia)
- Certificado de estudios de maestría (original y copia)
- CURP (original y copia)
- Acta de nacimiento (original y copia)
- Dos cartas de recomendación académica o laboral
- Currículum
- Cuatro fotografías tamaño infantil en blanco y negro mate
- Protocolo de investigación
- Examen de inglés de colocación de la Universidad

5. Cursos Propedéuticos en Investigación, Mercadotecnia Integral y Comunicación

6. El resultado de la entrevista, así como los documentos, se someten a un Comité de Admisiones, el cual determina qué aspirante es apto para ingresar al posgrado. A quien haya sido admitido se le proporcionará un número de expediente.

Posterior a la admisión deberá pagarse la inscripción correspondiente.

La apertura de este programa está sujeta a un número mínimo de alumnos.

Facultad de Comunicación

RECONOCIMIENTO ACADÉMICO

La Universidad Anáhuac México otorgará el grado de Doctor en Comunicación y Mercadotecnia Estratégica al participante que curse y apruebe el total de asignaturas del plan de estudios y la modalidad de titulación autorizada por esta Universidad. Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de la Secretaría de Educación Pública por Decreto Presidencial publicado en el *D.O.F.* el 26 de noviembre de 1982.

Coordinación académica:

Dr. Jorge Alberto Hidalgo Toledo
jhidalgo@anahuac.mx

INFORMES

Centro de Atención de Posgrado y Educación Continua
Tels.: (55) 56 27 02 10 ext. 7100 y (55) 53 28 80 87
posgrado@anahuac.mx

Campus Norte

Av. Universidad Anáhuac núm. 46, col. Lomas Anáhuac,
Huixquilucan, Estado de México, C.P. 52786

Campus Sur

Av. De las Torres núm. 131, col. Olivar de los Padres,
Álvaro Obregón, Ciudad de México, C.P. 01780



www.anahuac.mx/mexico/posgrados

GRANDES LÍDERES

Y MEJORES PERSONAS

