

DATOS GENERALES

Nombre: Maestría en Mercadotecnia Estrategica y Gestión Comercial

Duración: 2 Años

Unidades Valorativas: 48 créditos académicos

Número de Asignaturas: 18

Acreditación: Título de Máster en Mercadotecnia Estrategica y Gestión Comercial

OBJETIVO GENERAL

Apoyar a los estudiantes en el desarrollo de conocimientos avanzados en materia de negocios internacionales, que sean apasionados en la búsqueda de oportunidades, crear estrategias para lograr el liderazgo organizacional.

REQUISITOS DE INGRESO

1. SER HONDUREÑO DE NACIMIENTO O EXTRANJERO RESIDENTE EN PLENO GOCE DE SUS DERECHOS CIUDADANOS (DEBIDAMENTE COMPROBANTE).
2. TÍTULO UNIVERSITARIO CON NIVEL MÍNIMO DE LICENCIATURA, SI ES OBTENIDO EN EL EXTRANJERO DEBE ESTAR INCORPORADO OFICIALMENTE A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS.
3. CERTIFICACIÓN DE ESTUDIOS DEL PREGRADO, CON ÍNDICE ACADÉMICO MÍNIMO DEL 70%.
4. SÍNTESIS DE UN PERFIL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN QUE PUEDA SER TRABAJADO POSTERIORMENTE COMO TEMA DE TESIS (MÁXIMO CINCO PÁGINAS).
5. ACREDITAR EXPERIENCIA PROFESIONAL MÍNIMA DE DOS AÑOS (PRESENTAR CURRÍCULUM VITAE CON FOTOCOPIA DE DIPLOMAS Y OTROS).
6. PRESENTAR EXPOSICIÓN DE MOTIVOS DE LOS CUALES DERIVEN EL INTERÉS POR ESTUDIAR LA MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES.
7. UNA ENTREVISTA POR MIEMBROS DE LA COMISIÓN DE SELECCIÓN.
8. LLENAR EL FORMULARIO DE SOLICITUD DE INGRESO PROPORCIONADO POR LA MAESTRÍA.
9. DISPONIBILIDAD DE RECURSOS ECONÓMICOS DE PAGO.
10. MANEJO DE OFFICE.
11. CAPACIDAD DE TRABAJO EN EQUIPO.



+(504) 8816-9962



mktposface@unah.edu.hn



Edificio 1847, UNAH-CU
5to nivel, POSFACE



POSFACE

Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

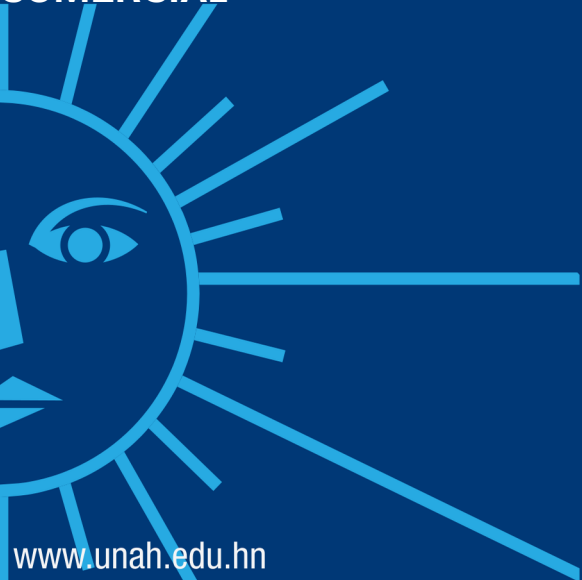
UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE HONDURAS



Maestría en
Mercadotecnia Estratégica
y Gestión Comercial

POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA
ESTRATEGICA Y GESTIÓN
COMERCIAL



www.unah.edu.hn



UNAH
UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE HONDURAS



PLAN DE ESTUDIOS

I PERIODO

MME0201

Investigación de Mercados

MME0202

Comportamiento del consumidor

MME0203

Neuromarketing

II PERIODO

MME0204

Inteligencia Competitiva

MME0205

Marketing estrategico

MME0206

Estrategia de Precios

III PERIODO

MME0207

Decisiones de productos

MME0208

Logistica

MME0209

Marketing Digital

IV PERIODO

MME0210

Pública y Promoción

MME0211

Dirección de Ventas

MME0212

Experiencia del Cliente

V PERIODO

MME0213

Marketing relacional

MME0214

Endomarketing

MME0215

Marketing social y responsable

VI PERIODO

MME0216

Rol del Marketing

MME0217

Métricas en marketing

MME0218

Plan de Marketing

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Formar integralmente líderes para contribuir con el desarrollo económico y social de Honduras.

2. Desarrollar capacidades que permitan el análisis de las organizaciones, sus interrelaciones con los niveles de competitividad internacional y su efecto en el crecimiento económico.

3. Lograr la aprobación de conceptos que ayuden a discernir, y aceptar que el paradigma actual de las organizaciones no está cerrado en la maximización de utilidades, sino en la creación de valores a través de la satisfacción de las necesidades de los clientes.

