

**Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:**

Impresión realizada el: 28-04-2021

**Detalle del programa**

<b>IES:</b>	UNIVERSIDAD METROPOLITANA
<b>Siglas:</b>	UMET
<b>Código sniese:</b>	1056
<b>Tipo de financiamiento:</b>	PARTICULAR AUTOFINANCIADA
<b>Sitio web:</b>	<a href="https://www.umet.edu.ec">https://www.umet.edu.ec</a>
<b>Tipo de IES:</b>	UNIVERSIDADES Y ESCUELAS POLITÉCNICAS
<hr/>	
<b>Estado del programa:</b>	VIGENTE
<b>Tipo de programa:</b>	MAESTRÍA ACADÉMICA (MA) CON TRAYECTORIA PROFESIONAL (TP)
<b>Campo amplio:</b>	ADMINISTRACIÓN
<b>Campo específico:</b>	EDUCACIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRACIÓN
<b>Campo detallado:</b>	MERCADOTECNIA O MARKETING
<b>Programa:</b>	MARKETING
<b>Título que otorga:</b>	MAGÍSTER EN MARKETING CON MENCIÓN EN MARKETING VIRTUAL
<b>Codificación:</b>	1056-750414A10-L-1701
<b>Lugar de ejecución:</b>	SEDE
<b>Provincia:</b>	PICHINCHA
<b>Cantón:</b>	DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
<b>Ciudad:</b>	QUITO
<b>Duración:</b>	3
<b>Periodo académico:</b>	ORDINARIO
<b>Semanas de periodo académico:</b>	16
<b>Modalidad:</b>	EN LÍNEA
<b>Valor de la matrícula:</b>	\$ 450,00
<b>Valor del arancel:</b>	\$ 6.150,00
<b>N° de resolución del CES:</b>	RPC-SO-23-NO.507-2020
<b>Estado actual:</b>	APROBADO POR EL CES
<b>Fecha de aprobación:</b>	2020-10-21
<b>Año de aprobación:</b>	2020
<b>Años de vigencia:</b>	6 años.
<b>Vigente hasta:</b>	2026-10-21
<b>N° de estudiantes por paralelo:</b>	80 estudiantes.
<b>N° de cohortes:</b>	1
<b>Convenio con otras entidades:</b>	CONSEJO DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y CONTROL SOCIAL (CPCCS)
	COMPAÑÍA BEAPRO S.A Y TELCONET S.A
<b>N° de horas:</b>	2.160 Horas.



**Oferta vigente del Sistema de Educación Superior del Ecuador:**

Impresión realizada el: 28-04-2021



**Detalle del programa**

**Requisitos de ingreso:**

- DEMOSTRAR EXPERIENCIA PROFESIONAL EN EL CAMPO DE LA MERCADOTÉCNICA O EL MARKETING A TRAVÉS DE LOS INSTRUMENTOS APLICADOS EN EL PROCESO DE ADMISIÓN (FORMULARIO DE ADMISIÓN, CERTIFICADO (S) QUE VALIDE (N) LA EXPERIENCIA LABORAL DEL SOLICITANTE).
- ENTREVISTA PERSONAL Y EXAMEN PROFESIONAL, PONDERADOS EN UN 60% Y UN 40 % RESPECTIVAMENTE
- EN EL CASO DE QUE EL TÍTULO DE GRADO SEA OBTENIDO EN EL EXTERIOR, EL ESTUDIANTE PARA INSCRIBIRSE EN EL PROGRAMA DEBERÁ PRESENTARLO A LA IES DEBIDAMENTE APOSTILLADO O LEGALIZADO POR VÍA CONSULAR
- PRESENTAR EL TÍTULO DE TERCER NIVEL DE GRADO DEBIDAMENTE REGISTRADO POR EL ÓRGANO RECTOR DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR
- CUMPLIR CON EL PROCESO DE ADMISIONES ESTABLECIDO EN EL PROGRAMA
- DEMOSTRAR UNA FORMACIÓN PROFESIONAL EN ASPECTOS BÁSICOS EVIDENCIADO A TRAVÉS DE CERTIFICACIONES, CURSO DE POSGRADOS, CERTIFICADOS DE PARTICIPACIÓN EN EVENTOS, ENTRE OTROS

**Objetivo general:**

- FORMAR PROFESIONALES DE CUARTO NIVEL CON ELEVADO CONOCIMIENTO EN EL CAMPO DE LA MERCADOTECNIA CON UNA FORMACIÓN DISCIPLINAR AVANZADA EN EL ÁREA DEL MARKETING VIRTUAL DE MANERA QUE LES PERMITA MANEJAR DE FORMA ACERTADA LA DIGITALIZACIÓN DE LOS MODELOS DEL MARKETING EN LOS MUNDOS ONLINE Y OFFLINE PARA RESPONDER CON ALTO NIVEL DE COMPETENCIA A LA CRECIENTE Y VARIANTE DEMANDA DE LOS CONSUMIDORES, ENTENDER LAS AUDIENCIAS, LAS INDUSTRIAS, LA COMPETENCIA Y LOS RETOS DEL NEGOCIO PARA CREAR E IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS A LA MEDIDA, EN DIFERENTES PLATAFORMAS Y MEDIOS DIGITALES, MONITOREANDO LOS RESULTADOS PARA TOMAR DECISIONES EN TIEMPO REAL Y DEMOSTRANDO COMPETENCIAS PROFESIONALES DE AVANZADA CON UN ENFOQUE CONTEMPORÁNEO QUE LES PERMITA ENFRENTAR LOS PROBLEMAS EN LAS CONDICIONES DE LA REALIDAD SOCIOECONÓMICA DEL ECUADOR.

**Perfil de ingreso:**

EL PROGRAMA DE MAESTRÍA QUE SE PRESENTA ESTÁ DIRIGIDOS A PROFESIONALES CON TÍTULO DE TERCER NIVEL DE GRADO DEL CAMPO DE LA MERCADOTECNIA O EL MARKETING.

**Perfil de egreso:**

¿QUÉ RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y COMPETENCIAS PROFESIONALES SON NECESARIAS PARA EL FUTURO DESEMPEÑO PROFESIONAL?

COMO RESULTADO DE SU FORMACIÓN DE CUARTO NIVEL AL CONCLUIR LA MAESTRÍA LOS FUTUROS MÁSTER MOSTRARÁ LOS SIGUIENTES RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y COMPETENCIA PROFESIONALES EN EL MARCO DEL MARKETING VIRTUAL:

- ° EXPLICA Y FUNDAMENTA LOS ELEMENTOS Y COMPONENTES DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL
- ° SELECCIONA LAS REDES SOCIALES SEGÚN RETOS Y OBJETIVOS DE NEGOCIO.
- ° DISEÑA EL PLAN DE ACCIÓN PARA UNA CAMPAÑA EN REDES SOCIALES QUE RESPONDA A LA ESTRATEGIA DE MERCADEO.
- ° GESTIONA LAS INTERACCIONES EN LAS REDES SOCIALES.
- ° DEFINE EL MIX DE MEDIOS PARA LOGRAR RESULTADOS DE BRANDING Y/O PERFORMANCE EN DIFERENTES DISPOSITIVOS.
- ° ESTRUCTURA CAMPAÑAS Y CONTENIDOS ENFOCADOS EN AUDIENCIAS DIGITALES
- ° ELABORA UN PLAN DE MARKETING EN EL ÁMBITO DIGITAL COMO EN SU VERSIÓN COMPLEMENTARIA CON OTROS ALCANCES
- MARKETING MIX-
- ° MANEJA LAS CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DEL PLAN DE MARKETING Y DE SU APLICACIÓN EN REDES SOCIALES.
- ° APLICA PROCESOS CREATIVOS QUE IMPLICAN EL STORYTELLING PARA GESTIONAR EL POSICIONAMIENTO
- ° DISEÑA ESTRATEGIAS PARA POSICIONAR LA ORGANIZACIÓN E IMAGEN DE MARCA EN EL MERCADO OBJETIVO
- ° DISEÑA ESTRATEGIA PARA MANEJAR CONFLICTOS QUE IMPLIQUEN LA REPUTACIÓN ONLINE EN EL MARCO DEL MARKETING DIGITAL
- ° DISEÑA LA MESCLA DE MARKETING PERSONAL PARA EL POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO
- ° POTENCIA LA COMUNICACIÓN PERSONAL PARA FAVORECER LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA
- GESTIÓN DE CRISIS
- ° PROMUEVE LA RELACIÓN CON LOS MEDIOS EN PRO DE UNA REPUTACIÓN POSITIVA EN MERCADO
- ° CARACTERIZA LA PSICOLOGÍA ECONOMÍA CONDUCTUAL DE LOS CONSUMIDORES PARA INFLUENCIAR EN LOS PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES
- ° JUSTIFICA LA CONDUCTA ECONÓMICA EN EL MARCO DEL MARKETING DIGITAL
- ° EXPLICA LAS ESPECIFICIDADES DEL CONSUMIDOR DESDE NEUROCIENCIA Y LA ECONOMÍA CONDUCTUAL
- ° MANEJA LOS DOMINIOS WEB Y SERVIDORES
- PARA PREDECIR TENDENCIAS DE LOS COMPORTAMIENTOS DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES
- ° DOMINA DIFERENTES SOFTWARE DE WORDPRES PARA EL DISEÑOS DE CAMPAÑAS
- ° UTILIZA LOS PLUGINS DE WORDPRESS PARA DISEÑAR BLOGS Y PÁGINAS WEB COMERCIALES
- ° UTILIZA SISTEMAS DE GESTIÓN DE CONTENIDOS PARA OPTIMIZACIÓN LAS HERRAMIENTAS DE WORDPRESS EN FUNCIÓN DEL PARA DISEÑAR BLOGS Y PÁGINAS WEB COMERCIALES O CONTENIDOS EN REDES SOCIALES
- ° UTILIZA LAS HERRAMIENTAS DE WORDPRESS PARA OPTIMIZACIÓN DE IMÁGENES
- ° UTILIZA WIDGETS EN LA GESTIÓN DE ESTRATEGIAS DE MOBILE MARKETING
- ° REALIZA COPIAS DE SEGURIDA D
- ° DESARROLLA

HERRAMIENTAS DE PERFILACIÓN PARA SEGMENTAR MERCADOS ° IDENTIFICA LAS PRINCIPALES RASGOS DE PERSONALIDAD PARA DISEÑAR ESTRATEGIAS DE LA MESCLA DE MARKETING DIGITAL ° APLICA TÉCNICAS DE SEGMENTACIÓN POR PERFILES EN FUNCIÓN DE VARIABLES DEMOGRÁFICAS, GEOGRÁFICAS, PICTOGRÁFICAS Y CONDUCTUALES ° EXPLICA LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS DIFERENTES PLATAFORMAS PARA GESTIONAR ESTRATEGIAS DE E-COMMERCE ° INTEGRA EL WORDPRESS EN EL WOOWCOMMERCE PARA REALIZAR COMERCIO ELECTRÓNICO ° IDENTIFICA LAS HERRAMIENTAS DE WOOCOMMERCE PARA EL MANTENIMIENTO DE LOS RECURSOS DISPONIBLES DEL E-COMMERCE ° MANEJA LAS HERRAMIENTAS PRESTASHOP, INSTALACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PARA CREAR TIENDAS ONLINE ° MANEJA LAS HERRAMIENTAS PRESTASHOP, SUS MÓDULOS Y LOS MODOS DE MANTENIMIENTO DE LAS TIENDAS ONLINE ° CONFIGURA LOS MÓDULOS DE LA PLATAFORMA DE MAGENTO PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS ELECTRÓNICOS Y GENERAR ESTADÍSTICAS PARA MEDIR LOS RESULTADOS DE E-COMMERCE ° MANEJA LAS INTERFAZ DE GOOGLE ANALYTICS ° IMPLEMENTA EL GOOGLE ANALYTICS, NÚMERO DE VISITANTES, VISITAS AL SITIO WEB, DURACIÓN MEDIA DE LAS VISITAS, ETC. ° ADMINISTRA Y CONFIGURA LA HERRAMIENTA DE ANALYTICS GOOGLE PARA LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS INFORMADAS ° DOMINA EL FUNNELS DE VENTA Y LOS CANALES DE ATRIBUCIÓN PARA ESTABLECER O GENERAR RELACIONES A LARGO PLAZOS CON LOS CONSUMIDORES Y CONCRETAR VENTAS ° REALIZA MEDICIÓN EN ENTORNOS WEB MOBILE ° UTILIZA EL GOOGLE TAG MANAGER PARA ACTUALIZAR EL SITIO WEB DE VENTA O LA APLICACIÓN MÓVIL ° CALCULA LAS DIMENSIONES Y MÉTRICAS PARA EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS ° DISEÑA ESTRATEGIAS SEO PARA ENCONTRAR PALABRAS RELEVANTES DE FORMA RÁPIDA Y FAVORECER EL RENDIMIENTO DE PALABRAS CLAVE ° DISEÑA ESTRATEGIAS SEO ON-PAGE PARA EL POSICIONAMIENTO NATURAL EN BUSCADORES. ° DISEÑA EN LAS ESTRATEGIAS SEO LOS METATITULOS, METADESCRIPCIONES Y LAS ESTRUCTURAS DE CONTENIDOS. ° DESARROLLA ESTRATEGIA SEM ° PLANIFICA EN PALABRAS CLAVE Y TIPOS DE PUJAS EN LAS ESTRATEGIAS SEM ° DISEÑA RANGOS DE ANUNCIOS EN GOOGLE PARA PROMOVER LA MARCA Y POSICIONAR LA MISMA EN EL MERCADO ° DOMINA LAS ESTRATÉGICAS DE ECOSISTEMA INBOUND MARKETING PARA LA ATRACCIÓN DE CLIENTES POTENCIALES OFRECIÉNDOLES CONTENIDOS DE VALOR ° REALIZAS REPRESENTACIÓN FICTICIA DE CLIENTES IDEALES UTILIZANDO BUYER PERSONA ° MANEJA EL CUSTOMER JOURNEY MAP PARA GESTIONAR Y COMPRENDER LA ANALÍTICA DE CLIENTES POTENCIALES ° APLICA EL LEAD NOURTURING Y EL LEAD SCORING PARA GENERAR AFILIACIONES DE VISITANTES DEL SITIO WEB Y CONVERTIRLOS EN CLIENTES ° UTILIZA EL EMAIL MARKETING PARA ESTABLECER COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS CON LOS MERCADOS OBJETIVOS ° UTILIZA CANALES DE TRÁFICO Y TÉCNICAS DE CONVERSIÓN PARA GENERAR VENTAS EFICACES Y RELACIONES DE LARGO PLAZO ° DOMINA ESTRATEGIAS DE MARKETING AUTOMATION ° IDENTIFICA Y CARACTERIZA LAS PRINCIPALES PLATAFORMAS ° DISEÑA ESTRATEGIAS PARA PUBLICAR PRODUCTOS EN AMAZON ° IDENTIFICA LOS FACTORES DE RANKING EN EL ALGORITMO DE AMAZON ° DISEÑA ESTRATEGIAS SEO PARA EL POSICIONAMIENTO DE IMÁGENES Y MARCAS ° UTILIZA LA PLATAFORMA EBAY Y MANEJA SUS CARACTERÍSTICAS Y VENTAJAS ° UTILIZA LA PLATAFORMA ALIEXPRESS Y MANEJA SUS CARACTERÍSTICAS Y VENTAJAS ° FUNDAMENTA EL CONCEPTOS Y ENTORNO DEL MARKETING DE AFILIADOS ° IDENTIFICA NICHOS DE MERCADO A PARTIR DE LA INVESTIGACIÓN E INDAGACIÓN EN LAS REDE S DE AFILIACIÓN ° CARACTERIZA LA VIRALIZACIÓN, REALIZA MONETIZACIÓN Y VENTAS DE PRODUCTOS MEDIANTE EL MERCADEO VIRTUAL ° MANEJA PLATAFORMAS Y MODELOS DE ATRIBUCIÓN PARA EL MARKETING ° CONSTRUYE LA CARTERA DE CLIENTES RECONOCIENDO LOS ELEMENTOS MÁS IMPORTANTES PARA SU CONSTRUCCIÓN ° REALIZA CONTROL DE KPI'S Y BLINDAJE ANTIFRAUDE ° EXPLICA LA DINÁMICA MÁS RELEVANTE DE LAS REDES SOCIALES ° EXPLICA EL VALOR DE LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER ° REALIZA LA MONITORIZACIÓN DE MARCA Y DESARROLLA EL PROCESO DE GESTIÓN DE CRISIS ° UTILIZA HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN Y AUTOMATIZACIÓN DE PUBLICACIONES ° DISEÑA ESTRATEGIA DE CONTENIDOS PARA POSICIONAR MARCAS Y FIDELIZAR CLIENTES

**Objeto de estudio:**

EL OBJETO DE ESTUDIO DEL PROGRAMA ESTÁ DIRIGIDOS A FORMAR PROFESIONALES DE CUARTO NIVEL CON ALTO CONOCIMIENTO Y NIVEL DE EXPERTICIA EN EL MARKETING VISUAL EN EL CAMPO DE LA MERCADOTECNIA Y EL MARKETING, CAPACES DE DISEÑAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO DIGITAL SOSTENIBLE Y ENFOCADA A LOS OBJETIVOS, RECURSOS Y ÁREAS DEL NEGOCIO, OPTIMIZANDO LAS INTENCIONES DE LAS CAMPAÑAS Y PRESUPUESTOS A PARTIR DEL EMPLEO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EFECTIVAS PARA EL MANEJO DE LAS REDES SOCIALES, LA ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE PLANES ESTRATÉGICOS, CREANDO OPORTUNIDADES PARA LA TRASFORMACIÓN DIGITAL DEL MODELO TRADICIONAL EN UN MODELO VIRTUAL, MEDIANTE EL EMPLEO DE LOS MÉTODOS MÁS AVANZADOS DEL MARKETING DIGITAL CON UN ENFOQUE MULTIDISCIPLINAR, HOLÍSTICOS, ENRIQUECIDOS POR LOS ADELANTOS CIENTÍFICO TECNOLÓGICOS QUE PERMITEN POTENCIAR LOS CAMBIOS A NIVEL EMPRESARIAL, TERRITORIAL Y LOCAL EN CORRESPONDENCIA CON LAS DEMANDAS SOCIALES DEL CONTEXTO ECUATORIANO.

**Modalidad titulación:**

PROPUESTAS METODOLÓGICAS Y TECNOLÓGICAS AVANZADAS  
PROYECTO DE TITULACIÓN CON COMPONENTES DE INVESTIGACIÓN APLICADA Y/O DE DESARROLLO