

# Maestría en Dirección de Marcas

mallla curricular

Modalidad de estudio: Presencial

Total de cursos: 20  
Total de créditos: 48

NOMBRE DEL CURSO	Créditos	Tipo De Curso	Competencias Generales							Competencias Específicas				Requisitos
			Comunicación Escrita	Comunicación Oral	Pensamiento Crítico	Razonamiento Cuantitativo	Manejo de la Información	Ciudadanía	Pensamiento Innovador	Visión Global	Toma de decisiones	Liderazgo Gerencial	Dirección de Marcas e Imagen	
<b>CICLO 1</b>														
— Marketing for Brand Managers	2	Presencial	-	4	-	-	-	-	4	4	-	-	-	No tiene requisitos
— Psicología del Consumidor y Principios de Brand Management	2	Presencial	-	-	4	-	-	4	-	-	-	4	No tiene requisitos	
— Investigación Cualitativa del Consumidor	2	Presencial	-	-	4	-	4	-	-	-	4	-	No tiene requisitos	
— Consumer Insights e Innovación	2	Presencial	-	-	-	-	4	-	4	-	4	-	No tiene requisitos	
— Digital Brand Management	2	Presencial	-	-	-	4	-	-	4	-	-	4	No tiene requisitos	
— Dirección de Equipos Líderes y Gestión del Cambio	2	Presencial	-	4	-	-	-	4	-	-	4	-	No tiene requisitos	
<b>CICLO 2</b>														
— Marketing de Contenidos y Storytelling	2	Presencial	4	-	-	-	-	-	4	-	-	-	4	Digital Brand Management
— Strategic Brand Design	2	Presencial	-	-	4	-	-	-	4	-	-	-	4	Psicología del Consumidor y Principios de Brand Management
— Strategic Brand Management	2	Presencial	-	4	-	-	-	-	4	-	-	-	4	Psicología del Consumidor y Principios de Brand Management
— Investigación Cuantitativa para el Branding	2	Online	-	-	-	4	4	-	-	4	-	-	-	No tiene requisitos
— Pricing, Control y Evaluación del Brand Equity	2	Presencial	-	-	4	4	-	-	-	-	4	-	-	No tiene requisitos
— Reputación y Gestión de Crisis de la Imagen de Marca	2	Presencial	-	-	-	-	-	4	-	-	4	4	-	No tiene requisitos
<b>CICLO 3</b>														
— Dirección de Marca e Imagen Corporativa e Institucional	2	Presencial	-	-	4	-	-	-	4	-	-	-	4	Psicología del Consumidor y Principios de Brand Management / Consumer Insights e Innovación
— Dirección de Marca e Imagen de Personas	2	Presencial	-	-	4	-	-	-	4	-	-	-	4	Psicología del Consumidor y Principios de Brand Management / Consumer Insights e Innovación
— Digital Marketing Analytics	2	Presencial	-	-	-	4	4	-	-	4	-	-	-	Digital Brand Management
— Seminario de Investigación	6	Presencial	4	4	-	-	-	-	-	-	-	-	4	Investigación Cualitativa del Consumidor / Consumer Insights e Innovación / Strategic Brand Design / Investigación Cuantitativa para el Branding
<b>CICLO 4</b>														
— Dirección de Marca de Servicios & B2B	2	Presencial	-	-	4	-	-	-	4	-	-	-	4	Psicología del Consumidor y Principios de Brand Management / Consumer Insights e Innovación
— Dirección de Marcas de Lujo y Moda	2	Presencial	-	-	4	-	-	-	4	-	-	-	4	Psicología del Consumidor y Principios de Brand Management / Consumer Insights e Innovación
— Aspectos Éticos, Legales, Ambientales y RS del Branding	2	Presencial	-	-	-	-	-	4	-	-	4	4	-	No tiene requisitos
— Trabajo de Investigación	6	Presencial	4	-	-	-	-	-	4	-	-	-	4	Seminario de Investigación / Strategic Brand Management / Pricing, Control y Evaluación del Brand Equity