

# Maestría en Dirección de Marketing

Snies 91491

**Registro calificado:** 7149 del 30 de agosto de 2011 (7 años)  
En convenio de **dobles titulaciones** con  
ESIC Business & Marketing School, España.

**Título que otorga:** Magíster en Dirección de Marketing, CESA.  
Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, ESIC.

Desarrolle competencias técnicas, estratégicas y personales, con una amplia visión de empresa y sea capaz de afrontar los retos necesarios para la gestión de marketing de hoy.

La maestría se concentra en tres aspectos esenciales que singularizan nuestra propuesta:

- » **Contenidos**, sobre todo en un entorno global,
- » la **interdisciplinariedad** y,
- » la **profundización** en el estudio de la función de marketing en las empresas.

## Características:

- » Convenio de **Doble Titulación con ESIC Business & Marketing School\***, España
- » Enfoque orientado a la toma de decisiones en la función del **marketing de las empresas**
- » Profesores con experiencia y reconocimiento empresarial en el ámbito nacional e internacional
- » Metodología práctica, sustentada en casos empresariales
- » Networking

## Perfil del egresado

Los egresados de la maestría estarán en capacidad de:

- » Construirse como persona, en el concepto de integralidad que ello representa, con criterio humanista y de destrezas y conocimientos en su profesión.
- » Cultivar el pensamiento crítico y analítico que permita interpretar con criterios propios los cambios en el entorno social y económico que eventualmente pudiere afectar a sus organizaciones.
- » Abordar la realidad económica y empresarial con una racionalidad científica.
- » Presentar planteamientos que permitan la solución a problemas en el área de marketing.
- » Analizar y formular estrategias de crecimiento con orientación competitiva.
- » Valorar los beneficios económicos y sociales que puede reportar su empresa, con el fin de orientar sus decisiones.
- » Dirigir acciones de marketing teniendo en cuenta las exigencias de recursos logísticos, financieros, humanos, y en general, todos aquellos que determinan el éxito de una empresa.
- » Desempeñar posiciones de liderazgo en el ámbito nacional e internacional, entendiendo por ellas, todas aquellas en las cuales su actuación pueda influir en el desenvolvimiento empresarial y de su entorno.

## Requisitos de inscripción

Dirigido a profesionales que hayan estudiado diferentes disciplinas. Ejecutivos y empresarios con experiencia profesional superior a tres (3) años en el área de marketing, comercial, administración, finanzas, comunicaciones y ventas, donde hayan desarrollado una actividad directiva, o aspiren a ello, y que deseen adaptar su perfil a las nuevas demandas del entorno empresarial y apropiar nuevos conocimientos dentro de un ambiente de alta exigencia académica.

- » Hoja de vida actualizada en inglés.
- » Certificado de notas originales de los grados aprobados en su pregrado.
- » Copia del documento de identidad al 150 %.
- » Fotocopia autenticada del diploma y el acta de grado.
- » Foto a color 3X4 fondo blanco.
- » Certificado laboral de la compañía donde trabaja, en que se acrediten los años de experiencia laboral y una autorización para cumplir el horario del programa **(jueves 3:00 p. m. a 8:00 p. m., viernes de 8:00 a. m. a 12:00 m. y de 2:00 p. m. a 6:00 p. m., sábados de 8:00 a. m. a 1:00 p. m.)**.

## Plan de estudios

El estudiante adscrito al programa de **dobles titulaciones** debe cursar y **aprobar el énfasis en España**. ESIC determinará la intensidad horaria y la(s) asignatura(s) por cursar durante máximo dos semanas consecutivas en España.

### ✓ Ciclo nivelatorio

Estadística aplicada al marketing (prerrequisito)

### ✓ Ciclo I

Gestión del conocimiento del consumidor

Dirección de marketing

Innovación y creatividad en marketing

Seminario de investigación

### ✓ Ciclo II

Decisiones financieras en marketing

Kapital cliente

Estrategias STP

Dirección de branding

Política de precios

### ✓ Ciclo III

Entorno económico

Gerencia estratégica de productos (ESIC)

Estrategia, planeación y gerencia de la cadena de suministros

Marketing para mercados globalizados (ESIC)

Comunicación corporativa (ESIC)

Prospectiva aplicada al marketing

### ✓ Ciclo IV

Liderazgo y habilidades directivas

Modelación financiera en marketing

Marco regulatorio de la competencia en el mercado

Planeación estratégica de marketing (ESIC)

Énfasis (ESIC)

### ✓ Trabajo de grado

## Metodología

Propone una estrategia pedagógica actualizada y flexible que permite al estudiante construir su propio camino de formación. Adicionalmente, ofrece una visión multidisciplinaria de los problemas de la función del marketing. Con estos elementos, el programa pretende formar un magíster que pueda desempeñarse en cargos como directivo y gerente, con una sólida formación teórica y metodológica en el área de marketing.

## Profesores nacionales e internacionales

La relación entre docentes y estudiantes marca sin duda la diferencia en el CESA; hay un acompañamiento permanente fuera y dentro del aula porque éste es tan solo uno de los espacios donde se aprende. Docentes, líderes en diferentes campos, conectados con el mundo empresarial y la realidad nacional, potencian los aprendizajes y enseñanzas que nacen en el aula de clase para que sean aplicados en el mundo real con impacto país.

### Juan Antonio Duque

Abogado. Es asesor y litigante, con experiencia en temas de derecho comercial, corporativo, contractual, financiero y del mercado de valores.

### Raúl Amigo

MBA de Negocios Internacionales. Ingeniero Civil. Docente internacional, catedrático de la asignatura Dirección de Branding. Fundador UMUNTU CX Design.

### José Ricardo Franco

Máster en Antropología Social. Especialista en Gerencia de Mercadeo; Psicología del Consumidor, y Derecho de la Competencia y del Consumo. Fundador y director de Franco Estrategias de Verdad.

### Juan Carlos Rincón

Magíster en estadística, Universidad Nacional de Colombia. Catedrático. Director del área de consultoría e investigación en Tejada y Asociados Comunicaciones.

### Gabriel Jaime

Economista, MBA y MIS, Southeastern University. Director de G2-hoy Geometry Global, empresa que trabaja con marcas como Miller, Peroni, Club Colombia, Microsoft, Samsung, Ben Harvard Business School.

### Mauricio Losada

Economista, MBA y MIS, Southeastern University. Director de G2-hoy Geometry Global, empresa que trabaja con marcas como Miller, Peroni, Club Colombia, Microsoft, Samsung, Ben Harvard Business School.

### Xavier Serrano

Economista, MBA y MIS, Southeastern University. Director de G2-hoy Geometry Global, empresa que trabaja con marcas como Miller, Peroni, Club Colombia, Microsoft, Samsung, BAT, GSK, Digitel, Xbox, CAT, entre otras. Sus últimos estudios fueron realizados en CEO Management Program en Harvard Business School.

### **Javier Cadena**

Doctor en Administración de la Universidad San Pablo CEU de España, con maestrías en Economía de la Universidad Nacional de Colombia y Dirección de Empresas de la Universidad de Ávila, España.

### **Marta Lucía Restrepo**

Magister en Comunicación, con estudios en Alta Dirección del Inalde, experta en marketing y Comunicadora Social de la Universidad Javeriana. Miembro actual de varias juntas directivas. Paralelamente ha sido profesora universitaria desde hace 22 años en marketing e investigación aplicada.

### **José Roberto Acosta**

Economista, Universidad Militar Nueva Granada, Colombia; Abogado, Universidad Nacional; Especialista en Finanzas Corporativas y Magíster en Finanzas Corporativas, CESA. Gerente de Inversión en Asesores en Valores S.A. Comisionista de Bolsa, Colombia.

### **Carlos Huertas**

Administrador de Empresas y especialista en Finanzas Corporativas & Mercadeo Estratégico del CESA. Executive MBA, Universidad de los Andes.

### **Jorge Luís Bernal**

Ingeniero Industrial, Universidad Javeriana. Advanced Management Program, Instituto de Empresa, Madrid España. MBA, Inalde. Strategic Retailing and Management Program, Mason School of Business, The College of William and Mary. Actualmente es Director Asociado del Programa en INALDE.

### **Mario Huertas**

Experto en Metodología Prospectiva aplicada al Marketing y planes de City Marketing. Miembro del Foro de Presidentes de Bogotá. Miembro de IAREP (International Association for Research in Economic) y de la AINACE (Asociación Iberoamericana de Neurociencia Aplicada a la Comunicación y la Economía)

### **Paola Aldaz**

Más de 20 años de experiencia en varias industrias: Visa (tarjeta de crédito), The Walt Disney Company (Contenidos) y The Coca-Cola Company (Consumer-Goods). Actualmente es Vicepresidente Marketing MasterCard.

Las posiciones de innovación en TCCC & TWDC le permitieron obtener conocimiento, experiencia y metodologías en procesos creativos dentro de las corporaciones en disciplinas de marketing, innovación, liderazgo y negocios.

### **Agustín López Quesada (ESIC)**

(PhD) Philosophy, Marketing Avanzado, Nota Cum Laude, Master International Marketing Cum Laude. Co Founder en Retail Institute Spain & Latam SL.

### **Alberto Alcalde (ESIC)**

Máster en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías, Universidad Rey Juan Carlos, España. Es consultor y formador independiente.

### **Julio Alard Josemaría (ESIC)**

Doctor en Economía de la Empresa, Universidad Rey Juan Carlos, España. Director del Máster Universitario en Organización y Gestión Comercial de los programas internacionales (CESA Colombia y USIL Perú).

### **Jesús Hernández Ruíz (ESIC)**

MBA, ESIC, España. CEO en A04MEDIA. Docente internacional, catedrático asignatura Marketing Digital.

### **José María Cubillo (ESIC)**

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid. Ha desempeñado su carrera en instituciones como la Universidad Carlos III de Madrid, la Universidad Politécnica de Madrid, la Universidad Rey Juan Carlos y ESIC Business & Marketing School, entre otros.