



DA VINCI
GLOBAL UNIVERSITY

Maestría en Mercadeo Estratégico

1. Información General

Nombre del Programa: Maestría en Mercadeo Estratégico

Título Otorgado: Master of Science

Créditos Académicos: 45 créditos

Modalidad: 100% en línea

Duración: Seis bimestres (cada bimestre dura 8 semanas)

Especializaciones: Mercadeo Digital, Analítica de Mercadeo, Marca e Innovación.

Créditos en cada especialización: 15 créditos.

2. Descripción del Programa

Descripción

La Maestría en Ciencias en Marketing Estratégico brinda a los graduados una comprensión profunda de los principios y prácticas contemporáneas del marketing, esenciales para alcanzar el éxito en el entorno empresarial dinámico de hoy. El plan de estudios abarca áreas clave como el análisis económico, las tendencias actuales del marketing y estrategias innovadoras de publicidad, lo que permite a los estudiantes desarrollar campañas de marketing efectivas que conecten con audiencias diversas.

A través de cursos sobre toma de decisiones, investigación de mercados y planificación estratégica, los estudiantes adquirirán habilidades analíticas para tomar decisiones informadas que mejoren el desempeño organizacional. El programa también aborda temas fundamentales como finanzas de marketing y canales de distribución, preparando a los participantes para enfrentar la complejidad del marketing internacional.

Este programa académico comprende 30 créditos distribuidos en cinco bimestres. Se imparte completamente en línea, promoviendo el aprendizaje autónomo con el acompañamiento de facilitadores expertos. Cada bimestre tiene una duración de ocho semanas, durante las cuales los estudiantes cursan de una a dos materias, culminando en un proyecto final integrador que sintetiza lo aprendido y los prepara para una carrera de alto impacto en marketing estratégico.

3. Objetivos generales

El programa de Maestría en Ciencias en Marketing Estratégico desarrolla habilidades y proporciona los conocimientos necesarios para que los profesionales lideren y dirijan con éxito la función de marketing en una organización, dentro de un entorno empresarial cada vez más complejo y dinámico. El programa fomenta una comprensión profunda de los principios y teorías del marketing estratégico, así como de las herramientas y técnicas requeridas para planificar, ejecutar y controlar estrategias de marketing que guíen a las organizaciones hacia el éxito y la excelencia, con una visión global y estratégica de la gestión empresarial.



4. Programa de estudios

Código	Curso	Créditos
MKT-510	Análisis Económico del Entorno Empresarial	3
MKT-520	Tendencias Actuales del Marketing	3
MKT-530	Innovación y Creatividad Publicitaria	3
MKT-540	Estrategias para la Toma de Decisiones	3
MKT-550	Investigación de Mercados	3
MKT-560	Planificación Estratégica de Marketing	3
MKT-570	Finanzas para Marketing y Publicidad	3
MKT-580	Canales de Distribución	3
MKT-590	Marketing Internacional	3
MKT-600	Proyecto Final Integrador	3
Total		30

5. Descriptor de cursos

MKT-510 – Análisis Económico del Entorno Empresarial

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

Para lograr un mejor enfoque profesional en las ciencias empresariales, este curso se centra en la teoría económica fundamental, desarrollando un pensamiento económico sistemático que permita comprender decisiones, análisis e información económica de las industrias, tanto a nivel nacional como internacional. Desde una perspectiva estratégica, el curso permite al estudiante comprender la gestión empresarial y los fenómenos microeconómicos y macroeconómicos que la afectan. El estudiante será capaz de



reconocer, analizar y cuestionar el entorno micro y macroeconómico dentro de la situación nacional y la influencia del entorno internacional sobre el ambiente socioeconómico. Se abordan temas como: pensamiento económico, sistemas de producción económica, teoría del mercado, oferta y demanda, funcionamiento del mercado, análisis macroeconómico, efectos sobre el mercado de capitales y pronóstico de inflación.

MKT-520 – Tendencias Actuales del Marketing

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

Este curso se enfoca en el conocimiento de las nuevas tecnologías disponibles en el mercado para apoyar la gestión del marketing, permitiendo al profesional mantenerse a la vanguardia en aplicaciones del ámbito comercial, tanto a nivel nacional como internacional. El estudiante aprenderá a conceptualizar y aplicar tecnologías específicas del campo comercial para el posicionamiento de marcas. Además, desarrollará habilidades para analizar la investigación de mercados moderna, conceptualizar bases de neuromarketing y comprender el uso de bots, ventas en línea y aplicaciones móviles. Los temas del curso incluyen: investigación digital, neuromarketing, marketing digital, comunicación y ventas automatizadas, Internet de las Cosas (IoT) y geovallado (geofencing).

MKT-530 – Innovación y Creatividad Publicitaria

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

Este curso está orientado al desarrollo de habilidades creativas y generación de ideas innovadoras en el ámbito publicitario. El estudiante aprende técnicas y estrategias para crear campañas publicitarias efectivas que capten la atención del público objetivo. A lo



largo del curso se exploran herramientas y métodos para desarrollar conceptos creativos e innovadores. Además, se realizan proyectos prácticos y colaborativos que permiten aplicar lo aprendido en situaciones reales, fortaleciendo el trabajo en equipo y el liderazgo. Los temas abordados incluyen: planificación estratégica de campañas publicitarias, investigación de mercados, identificación de tendencias y creación de mensajes publicitarios para medios como televisión, radio, prensa y redes sociales.

MKT-540 – Estrategias para la Toma de Decisiones

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

Este curso ofrece un enfoque práctico sobre el uso de la estadística aplicada en los procesos analíticos de información para la toma de decisiones y predicción de eventos. Permite al estudiante gestionar bases de datos y estimar indicadores estadísticos que le ayuden a interpretar la realidad del fenómeno investigado y proyectarlo con base en datos históricos, apoyándose en software especializado. Las actividades se enfocan en el uso práctico de herramientas informáticas para la gestión de datos y la interpretación profunda de tendencias. Los temas incluyen: tablas de frecuencias, medidas de tendencia central, medidas de dispersión y posición, intervalos de confianza, correlación y regresión, pronósticos con series de tiempo y pruebas de hipótesis.

MKT-550 – Investigación de Mercados

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

Este curso tiene como objetivo dotar al estudiante de las herramientas y conocimientos básicos para diseñar, desarrollar y analizar estudios de investigación de mercados. Se enfoca en la obtención y análisis de información relevante sobre consumidores,



competencia y el mercado en general, como base para la toma de decisiones. A lo largo del curso se estudian técnicas y metodologías como encuestas, grupos focales, observación y análisis de datos. Además, se desarrollan habilidades para interpretar los datos utilizando herramientas estadísticas. Entre los temas se incluyen: identificación del problema de investigación, selección de muestras, elaboración de cuestionarios y entrevistas, interpretación de datos, presentación de resultados y toma de decisiones gerenciales.

MKT-560 – Planificación Estratégica de Marketing

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

En este curso se integran herramientas y conocimientos para desarrollar una idea de negocio, considerando los aspectos estratégicos del marketing y las ventas a partir de fundamentos de la neurociencia. Se busca que el estudiante cuente con bases sólidas para la toma de decisiones, el análisis, la síntesis, la organización, la planificación y la resolución de problemas, fomentando la responsabilidad individual y el trabajo en equipo, con criterios acordes a las demandas del entorno y la realidad guatemalteca. El enfoque se centra en la aplicación y gestión de estrategias de marketing y ventas. Los temas que se abordan incluyen: investigación de mercados y análisis de datos en neuromarketing; herramientas para medir la actividad cerebral (IRM, EEG, EKG); neurosegmentación; estrategias neurocognitivas; relación entre marketing y neurociencia; elementos del plan de marketing; las 5 Ps del marketing y su relación con la neurociencia; proceso comercial; documentación comercial; precios; TICs y ventas; perfil del vendedor; equipos de ventas; demanda y territorios de ventas; compensación y rendimiento comercial.



Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

Este curso proporciona al estudiante una comprensión sólida de los conceptos financieros relevantes en el ámbito del marketing y la publicidad. Se desarrollan habilidades para utilizar herramientas financieras y estratégicas que faciliten la toma de decisiones en entornos comerciales. También se abordan los conceptos básicos de la gestión financiera, incluyendo el análisis de estados financieros, la evaluación de proyectos de inversión comercial y la gestión de riesgos financieros. Entre los temas tratados se encuentran: objetivos económicos de la empresa; contribución económica y financiera de las ventas; inversiones y balance comercial; gestión de ventas y activos; generación de rentabilidad; formación de precios; planificación comercial; KPIs comerciales; presupuesto publicitario y retorno de inversión publicitaria.

5. Inversión

Concepto	Monto (USD)
Cuota de inscripción (una vez)	\$90
Costo por crédito de maestría	\$120
Cuota tecnológica por período académico	\$20

*Si eres docente, colaborador o egresado de Universidad da Vinci de Guatemala, consulta por tu beca pre-autorizada. *



6. Evaluación Académica

Calificación	Valor GPA	Descripción	Rango Numérico
A	4.0	Excelente	90-100
B	3.0	Bueno	80-89
C	2.0	Promedio	70-79
D	1.0	Bajo	60-69
F	0.0	Reprobado	<59

7.1. Aprobación de un curso

- a) Un curso se aprueba cuando el estudiante obtiene una calificación de "C" en programas de maestría.
- b) Las certificaciones y micro-certificaciones se aprueban con calificación mínima de "C".

7.2. Reprobación o repetición de un curso

- a) Un estudiante reprueba un curso si obtiene una "D".
- b) El estudiante tiene derecho a repetir un curso dos veces.
- c) La nota de recuperación se considera para efectos del historial académico, pero no se toma en cuenta para el GPA acumulado.
- d) El curso repetido contará en la suma total de créditos intentados.



8. Calendario académico

Período 1

Inicio: 8 de enero

Finaliza: 28 de febrero

Inscripción: del 8 de enero al 29 de febrero

Período 2

Inicio: 4 de marzo

Finaliza: 26 de abril

Inscripción: del 4 de marzo al 26 de abril

Descanso: del 29 de abril al 3 de mayo

Período 3

Inicio: 6 de mayo

Finaliza: 28 de junio

Inscripción: del 6 de mayo al 28 de junio

Período 4

Inicio: 1 de julio

Finaliza: 23 de agosto

Inscripción: del 1 de julio al 23 de agosto

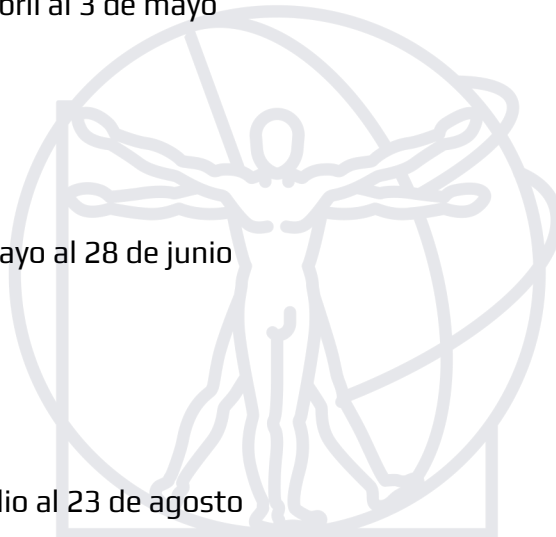
Descanso: del 26 de agosto al 2 de septiembre

Período 5

Inicio: 3 de septiembre

Finaliza: 25 de octubre

Inscripción: del 3 de septiembre al 25 de octubre



9. Especializaciones

9.1. Mercadeo Digital

Descripción

Este programa ofrece a los graduados una especialización en Marketing Digital, dotándolos de las habilidades y herramientas necesarias para desenvolverse eficazmente en el entorno digital. Los estudiantes explorarán la economía digital y el comercio electrónico, obteniendo una comprensión clara de cómo estos elementos influyen en las estrategias de marketing. El plan de estudios pone énfasis en la gestión de redes sociales y en el desarrollo de planes integrales de marketing digital, lo que permite a los profesionales crear campañas alineadas con los objetivos de negocio. Al analizar las nuevas tendencias del marketing digital, los egresados se mantendrán a la vanguardia, fortaleciendo la visibilidad de marca y fomentando la fidelización de los clientes. En última instancia, esta especialización prepara a los estudiantes para impulsar la innovación y el éxito en sus organizaciones mediante estrategias de marketing digital efectivas.

Objetivos generales

La Especialización en Marketing Digital tiene como objetivo principal dotar a los graduados de las competencias esenciales para destacar en el entorno digital. Los estudiantes aprenderán a diseñar e implementar estrategias de marketing digital alineadas con los objetivos organizacionales, analizar la economía digital y la dinámica del comercio electrónico, gestionar redes sociales de manera efectiva y desarrollar planes de marketing digital completos. También aprenderán a crear campañas integradas que fortalezcan la visibilidad de la marca y fomenten la fidelidad del cliente, manteniéndose actualizados con las tendencias emergentes del marketing digital. En última instancia, esta especialización busca preparar profesionales capaces de liderar estrategias de marketing digital innovadoras que impulsen el crecimiento de las organizaciones.



Programa de estudios

Código	Curso	Créditos
MKD-610	Economía Digital y Comercio Electrónico	3
MKD-611	Gestión de Redes Sociales	3
MKD-612	Plan de Marketing Digital	3
MKD-613	Desarrollo de Campañas Integradas de Marketing Digital	3
MKD-614	Tendencias del Marketing Digital	3
Total		15

Descripción de cursos

MKD-610 – Economía Digital y Comercio Electrónico

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

Este curso capacita a los estudiantes para desarrollar una estrategia de e-Business desde el posicionamiento estratégico de la empresa, integrando la función de marketing, el desarrollo tecnológico, los aspectos legales, el cambio organizacional, la innovación, la gestión del conocimiento y el aprendizaje organizacional. Se proporcionan herramientas teóricas y prácticas en áreas como negocios electrónicos, digitalización del dinero y marketing digital, con el objetivo de ejecutar proyectos de marketing que generen alta competitividad. Los temas incluyen: digitalización, globalización y e-business, economía digital, tipos y modelos de negocios digitales, e-business vs comercio tradicional, plataformas de implementación, métodos de pago, criptomonedas, inteligencia artificial aplicada, gestión de negocios en línea, regulación del e-business y tendencias actuales del comercio digital.



MKD-611 – Gestión de Redes Sociales

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

Este curso forma a los estudiantes en la gestión estratégica de redes sociales para empresas y organizaciones. Aprenderán a diseñar y ejecutar campañas efectivas, medir y analizar resultados, y desarrollar estrategias para construir y mantener la reputación digital de la empresa. Se desarrollan habilidades para gestionar redes sociales como herramienta de crecimiento y posicionamiento de marca. Los temas incluyen: fundamentos de redes sociales, comunicación empresarial, reputación corporativa en redes, herramientas digitales, creación de comunidades, estrategias en redes sociales, indicadores, branding, gestión de contenidos, snippets, inbound marketing, analítica y elaboración de planes de marketing en redes sociales.

MKD-612 – Plan de Marketing Digital

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

Este curso enseña a los participantes a crear y ejecutar un plan de marketing digital efectivo para una empresa o marca. El objetivo es que puedan desarrollar una estrategia coherente que logre los objetivos comerciales, aumente el alcance de la marca y fidelice a los clientes. Se abordan tanto clases teóricas como ejercicios prácticos y análisis de casos reales. Los temas incluyen: conceptos básicos del plan de marketing digital, identificación del público objetivo y su comportamiento en línea, definición de objetivos y KPIs, selección de canales digitales, creación de contenidos y diseño de campañas publicitarias, medición y análisis de resultados, y optimización del plan.



MKD-613 – Desarrollo de Campañas Integradas de Marketing Digital

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

Este curso tiene como propósito que el estudiante aprenda a coordinar campañas integrales de marketing digital y a seguir las principales tendencias del sector desde una perspectiva crítica. Se espera que el estudiante adquiera los conocimientos necesarios para definir objetivos, estrategias y tácticas en redes sociales, así como campañas publicitarias multiplataforma. Se trabajará en el diseño de campañas adaptadas a productos y servicios de clase mundial. Los temas incluyen: conceptos de campañas digitales, planificación de campañas, embudos de conversión, campañas multiplataforma, medición de resultados, rendimiento de campañas y mejora de la efectividad en marketing digital.

MKD-614 – Tendencias del Marketing Digital

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

Este curso tiene como objetivo enseñar las prácticas y tendencias más recientes en el campo del marketing digital. Busca que los estudiantes adquieran una comprensión profunda de los últimos avances del sector y aprendan cómo aplicarlos estratégicamente dentro del marketing empresarial. Se exploran tendencias tecnológicas emergentes como la inteligencia artificial, la realidad virtual y la realidad aumentada, áreas que están transformando el panorama del marketing digital. Los temas abordados incluyen: marketing de contenidos, marketing en redes sociales, marketing móvil, optimización para motores de búsqueda (SEO), publicidad en línea, análisis de datos de marketing y automatización del marketing.



9.2. Analítica de Mercadeo

Descripción

La Especialización en Marketing Analytics prepara a los estudiantes para enfrentar los retos y oportunidades del mercado global actual y liderar con éxito la función de marketing dentro de un entorno empresarial cada vez más complejo y competitivo. El programa incluye una serie de cursos teóricos y prácticos que brindan al egresado conocimientos en investigación de mercados, comportamiento del consumidor, gestión de marca, publicidad y promoción, gestión de ventas, marketing digital, gestión de relaciones con clientes (CRM), ética y responsabilidad social, así como planificación estratégica de marketing. Finaliza con un trabajo de graduación donde los profesionales aplican sus habilidades en situaciones empresariales reales.

Objetivos generales

Este segundo programa de especialización está enfocado en el análisis de marketing, proporcionando a los graduados las habilidades y herramientas necesarias para el análisis de datos. Esta formación les permite comprender el comportamiento de compra del consumidor y diversificar estratégicamente los presupuestos de marketing. Los egresados aprenderán a generar resultados medibles y ahorros en sus estrategias y campañas, tomando decisiones fundamentadas en datos analizados con herramientas digitales. Al desarrollar una visión global y estratégica del mercado, los estudiantes adquieren una ventaja competitiva frente a otros profesionales.



Programa de estudios

Código	Curso	Créditos
MKA-610	Inteligencia de Negocios (Business Intelligence)	3
MKA-611	Analítica Empresarial (Business Analytics)	3
MKA-612	Tendencias del Marketing Internacional	3
MKA-613	Inteligencia Artificial en el Marketing	3
MKA-614	Ciencia de Datos y Big Data	3
Total		15

Descripción de cursos

MKA-610 – Inteligencia de Negocios (Business Intelligence)

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

Este curso tiene como objetivo brindar a los estudiantes una visión profunda de los avances tecnológicos en información y comunicación aplicados a la adquisición, integración y operación de datos provenientes de distintas fuentes. Se enfoca en el procesamiento inteligente de datos y su análisis para la toma de decisiones estratégicas. Los estudiantes analizarán información empresarial y de marketing para definir estrategias alineadas con la misión organizacional. Entre los temas abordados se encuentran: fundamentos y funcionamiento de Business Intelligence, gestión y diseño de datos, análisis estadístico, minería de datos, uso práctico de Power BI y desarrollo de un proyecto de BI.



MKA-611 – Analítica Empresarial (Business Analytics)

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

Este curso, como complemento y base para la Inteligencia de Negocios, profundiza en la interacción con bases de datos para generar escenarios predictivos que permitan a los estudiantes anticipar tendencias mediante el uso de tecnologías de información y comunicación. A partir del análisis de datos, se procede a la toma de decisiones estratégicas fundamentadas. Entre los temas tratados se incluyen: analítica empresarial (BA), almacenes de datos (Data Warehouse), fases de BA, análisis predictivo, modelado de escenarios, y aplicación de BA en el Internet de las Cosas (IoT) y la Inteligencia Artificial (IA).

MKA-612 – Tendencias del Marketing Internacional

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

Este curso se enfoca en el análisis de las tendencias y transformaciones en los mercados internacionales. El estudiante comprenderá cómo los cambios en los patrones globales afectan a las empresas y desarrollará habilidades para gestionar negocios internacionales, evaluar oportunidades y diseñar estrategias de entrada a mercados. También se abordarán conceptos clave sobre el contexto global, los riesgos en mercados internacionales y su gestión. Los temas incluyen: análisis del entorno, marketing internacional, globalización, planificación estratégica internacional, segmentación y posicionamiento, y riesgos del marketing internacional.



MKA-613 – Inteligencia Artificial en el Marketing

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

Este curso está diseñado para enseñar a los estudiantes cómo aplicar técnicas de inteligencia artificial en estrategias de marketing y ventas. Se abordarán los fundamentos teóricos de la Inteligencia Artificial y su aplicación en contextos de marketing. A lo largo del curso se utilizarán ejemplos prácticos y estudios de caso para ilustrar cómo se implementa la IA en diferentes industrias. Al finalizar, los estudiantes tendrán las habilidades necesarias para integrar soluciones de inteligencia artificial en sus planes de marketing, mejorando la efectividad de sus campañas. Los temas incluyen: análisis de datos, minería de datos, segmentación de clientes, personalización de experiencias, uso de software de IA para el análisis masivo de datos y herramientas de predicción del comportamiento del consumidor.

MKA-614 – Ciencia de Datos y Big Data

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

Este curso fue creado para enseñar a los estudiantes cómo aprovechar el poder de grandes volúmenes de datos para comprender mejor el comportamiento del consumidor, tomar decisiones informadas y mejorar la eficacia de las campañas de marketing. Se abordarán los fundamentos teóricos de la ciencia de datos, incluyendo minería de datos, análisis y visualización de información. Además, los estudiantes aprenderán a gestionar eficientemente la generación de conocimiento dentro de sus organizaciones, comprendiendo sistemas escalables de almacenamiento y procesamiento de datos. Entre



las competencias desarrolladas se incluyen la capacidad de analizar información empresarial y de marketing para tomar decisiones estratégicas viables. Los temas incluyen: origen y evolución del Big Data, aplicaciones empresariales de la ciencia de datos, áreas de aplicación del Big Data, datos masivos y datos personales, las 4 V del Big Data, inferencia estadística, uso de herramientas como Python, Hadoop y Apache Spark, y talleres prácticos de aplicación.

9.3. Marca e innovación

Descripción

La Especialización en Branding e Innovación prepara a los graduados para enfrentar los retos y oportunidades del mercado global actual, con el fin de liderar exitosamente la función de marketing en organizaciones dentro de un entorno empresarial cada vez más complejo y competitivo. El programa está compuesto por una serie de cursos teóricos y prácticos que brindan al egresado conocimientos en investigación de mercados, comportamiento del consumidor, gestión de marca, publicidad y promoción, gestión de ventas, marketing digital, gestión de relaciones con clientes (CRM), ética y responsabilidad social, y planificación estratégica de marketing. El programa finaliza con un trabajo de graduación en el que los profesionales aplican sus conocimientos y habilidades en situaciones reales de negocio.

Objetivos generales

La especialización en Branding e Innovación proporciona a los estudiantes las habilidades y herramientas necesarias para fomentar la innovación continua y sostenible, manteniendo la competitividad y alcanzando un crecimiento duradero. Los profesionales aprenderán a generar valor en las organizaciones mediante la creación de ideas nuevas y soluciones innovadoras. El programa pone énfasis en el análisis de los elementos clave de la identidad visual y su relación con el branding, así como en la gestión estratégica de la imagen corporativa como herramienta de posicionamiento. Los estudiantes desarrollarán



estrategias de identidad corporativa utilizando tácticas efectivas de marca, y emplearán herramientas para crear un manual de identidad visual que les permita implementar estrategias diferenciadoras en el mercado.

Programa de estudios

Código	Curso	Créditos
BEI-610	Pensamiento Disruptivo para la Innovación	3
BEI-611	Ergonomía y Diseño para la Innovación de Productos	3
BEI-612	Branding Corporativo e Identidad Visual	3
BEI-613	Transformación Digital de Servicios y Experiencias	3
BEI-614	Gestión Estratégica del Branding	3
Total		15

Descriptor de cursos

BEI-610 – Pensamiento Disruptivo para la Innovación

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

Este curso combina contenidos que desarrollan el pensamiento sistémico con el pensamiento disruptivo, para comprender la complejidad y la aceleración de los cambios en el mercado, la tecnología y la regulación, que hacen cada vez más necesaria la innovación constante y sostenible. Está diseñado para enseñar a los estudiantes a pensar de forma creativa y fuera de lo convencional, con el fin de generar ideas nuevas y soluciones innovadoras. Se estudiarán los fundamentos teóricos del pensamiento disruptivo y su aplicación en el contexto de la innovación empresarial. A lo largo del curso



se utilizarán ejemplos prácticos y estudios de caso que ilustran cómo el pensamiento disruptivo ha generado innovaciones exitosas en diversas industrias. Los temas incluyen: conciencia en el cerebro, pensamiento creativo, pensamiento disruptivo y sus aplicaciones en entornos profesionales y empresariales.

BEI-611 – Ergonomía y Diseño para la Innovación de Productos

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

Este curso tiene como objetivo fomentar en los estudiantes la capacidad de pensamiento sistémico, crítico y divergente, con una comprensión sólida de conceptos como la ergonomía y su aplicación al diseño de productos, los métodos ergonómicos y la gestión del diseño. Los estudiantes adquirirán habilidades y conocimientos para aplicar principios ergonómicos y de diseño en el desarrollo de productos innovadores que respondan a las necesidades de los usuarios, asegurando seguridad y eficiencia. Los temas incluyen: conceptos de ergonomía, métodos ergonómicos, antropometría, biomecánica, psicología cognitiva, percepción visual, conceptos de diseño y gestión de la innovación.

BEI-612 – Branding Corporativo e Identidad Visual

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

En este curso, se busca que los estudiantes comprendan el impacto de la gestión de la identidad visual dentro del marco de la estrategia de branding de una empresa, considerándola como un activo intangible y el recurso principal de toda marca, institución, empresa o persona. Se fortalecerá el análisis de los elementos clave de la identidad visual y su relación con el branding, así como la gestión estratégica de la imagen visual corporativa como herramienta de posicionamiento. Los estudiantes desarrollarán



estrategias de identidad corporativa a través de tácticas de branding y aprenderán a utilizar herramientas para crear un manual de identidad visual corporativa. Las clases combinan teoría y práctica, con ejercicios de diseño y análisis de casos reales.

BEI-613 – Transformación Digital de Servicios y Experiencias

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

Este curso busca desarrollar en los estudiantes la capacidad de generar ventajas competitivas mediante la experiencia del cliente, promoviendo una conexión efectiva entre la marca, el producto/servicio y las necesidades del consumidor, lo cual se traduce en mejores resultados económicos para la organización a mediano y largo plazo. En particular, se enseña a diseñar servicios y experiencias satisfactorias mediante el uso de herramientas y procesos de transformación digital. Los estudiantes desarrollarán habilidades para diseñar modelos de gestión y medición que alineen la estrategia experiencial del producto o servicio con los resultados económicos de la empresa. Los temas incluyen: conceptos básicos de transformación digital, diseño y rediseño digital, diseño de servicios y experiencias, gestión de la experiencia del cliente y digitalización, diseño de la experiencia de servicio, emociones del cliente, medición de la experiencia, implementación y mejora continua.

BEI-614 – Gestión Estratégica del Branding

Créditos: 3

Prerrequisito: Aprobación del asesor académico

Descripción:

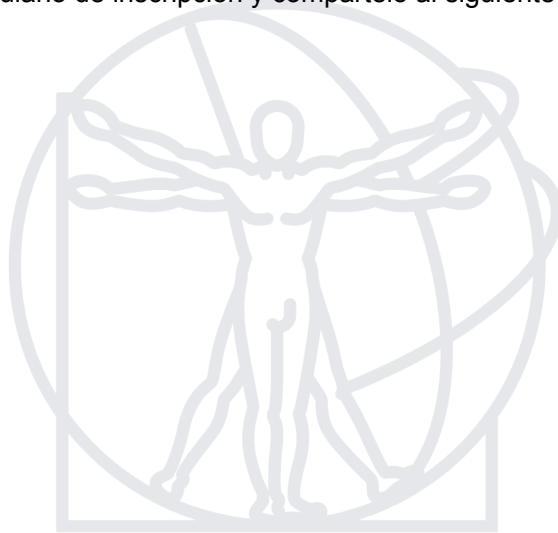
Este curso busca que el estudiante comprenda la importancia de una adecuada gestión de marca, entendida como un activo estratégico para la empresa, y que por ello debe desarrollarse con una visión de largo plazo. Se estudiarán y aplicarán conceptos

fundamentales como identidad de marca, posicionamiento e imagen, que constituyen los pilares para construir marcas sólidas. Al finalizar el curso, el estudiante reconocerá la importancia de una correcta administración del portafolio de marcas de una empresa, permitiéndole construir estrategias competitivas de branding que fortalezcan tanto los productos como sus marcas. Además, adquirirá herramientas para medir el Brand Equity. Entre los temas abordados están: introducción a la gestión de marca, branding, administración y desarrollo de marcas, arquitectura y portafolio de marca, y métricas de marca.

10 . Proceso de inscripción

Por favor, solicita el formulario de inscripción y compártelo al siguiente correo electrónico:

admisiones@dvgu.us





DA VINCI
GLOBAL UNIVERSITY

admisiones@dvgu.us
