

LICENCIATURA EN INTERNATIONAL MARKETING AND BUSINESS ANALYTICS

DEPT. GLOBAL MANAGEMENT AND BUSINESS INTELLIGENCE

¿QUÉ ES?



Es una disciplina que identifica oportunidades actuales y futuras de los consumidores basándose en el análisis integral de datos en diferentes canales de mercadeo.



Optimiza la presentación de resultados canal por canal para comunicar oportunamente recomendaciones estratégicas a los líderes organizacionales.



Un Licenciado en International Marketing and Business Analytics es capaz de evaluar la efectividad de las distintas actividades de comunicación y publicidad. Ajustar las distintas campañas publicitarias en base al análisis de mercadeo.

DESARROLLARÁS TU POTENCIAL EN:



ANÁLISIS DE MERCADO Y DATA MINING

Transforma datos de negocios en información que lleva a la acción, presentándola en forma de modelos predictivos y patrones que descubren el comportamiento del consumidor.



VISUALIZACIÓN DE DATOS E INTELIGENCIA DE NEGOCIOS

Presenta la información en plataformas visuales para facilitar el monitoreo de procesos internos y externos logrando la identificación de oportunidades y la defensa oportuna contra amenazas potenciales.



CAMPAÑAS INTEGRADAS DE MERCADEO TRADICIONAL Y DIGITAL EN CONTEXTOS LOCALES E INTERNACIONALES

Desarrollo de campañas en múltiples medios, basadas en la definición de la estrategia, selección de la mezcla de medios, integración del producto con el mensaje, ejecución y evaluación de resultados en contextos internacionales.



GESTIÓN DE NEGOCIOS

Creación y gestión de innovación disruptiva en proyectos de negocios en las industrias tecnológicas y creativas.

PLAN DE ESTUDIOS:

AÑO 1

- Desarrollo de competencias cuantitativas
- Algoritmos y programación básica
- Comunicación efectiva
- Contabilidad 1
- Ciudadanía global
- Introducción a "International marketing and business analytics"
- Coaching para la excelencia
- Inglés*
- Razonamiento cuantitativo
- Guatemala en el contexto mundial
- Ciencias de la vida
- Contabilidad 2
- Herramientas de estadística 1
- Retos ambientales y sostenibilidad

AÑO 2

- Anthropology, culture and business
- Herramientas de estadística 2
- Cálculo para los negocios 1
- Investigación y pensamiento científico
- Administración financiera
- Introducción a las neurociencias
- Microeconomía
- Álgebra matricial
- Cálculo para los negocios 2
- Matemática financiera
- Design thinking
- Administración de empresas familiares

AÑO 3

- Macroeconomía
- Mercadotecnia 1
- Modelos financieros y optimización
- Customer relationship management (CRM)
- Bases de datos
- Selectivo de desarrollo profesional 1
- Data mining
- Entorno legal de negocios
- Emprendimiento e innovación
- Forecasting
- Investigación de mercado
- Selectivo de desarrollo profesional 2

AÑO 4

- Desarrollo ágil de negocios tecnológicos
- Teoría de inversiones
- Estrategia de ventas
- Visualización de datos
- Comercio internacional
- Investigación de operaciones
- Inteligencia de negocios
- Mercadeo digital
- Práctica profesional
- Análisis estadístico de datos y simulación
- Diseño e innovación en ingeniería 1
- Finanzas corporativas internacionales

AÑO 5

- Campañas integradas de mercadeo
- Mercadeo y analítica de redes sociales
- Análítica web
- Dirección de marketing estratégico
- Diseño e innovación en ingeniería 2
- Estrategia de precios para la captura de valor