



BACHELOR

MARKETING E INNOVACIÓN

CON ESPECIALIDAD EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL

ONLINE | 75% SINCRÓNICO - 25% ASINCRÓNICO



“LO QUE BIEN SE APRENDE
NUNCA SE OLVIDA”

Buró Business School, Escuela de Negocios con presencia en Centro América, Guatemala; México, Antillas, República Dominicana; Sur América, Colombia. Más de 14 años profesionalizando a colaboradores y empresas con sus 5 Unidades de Negocio.

01

**EDUCACIÓN
EJECUTIVA:**



Diplomados, Certificaciones, Seminarios, entre otros.

02

**EDUCACIÓN
SUPERIOR:**



Bachelors y Maestrías

03

INCOMPANY:



Programas diseñados a la medida de las necesidades de capacitación de sus colaboradores.

04

**APRENDIZAJE
VIRTUAL:**



Certificaciones, Diplomados y Cursos virtuales según metodologías pedagógicas digitales.

05

CONSULTORÍA:



Acceso a una red de expertos que apoyan en la transformación de procesos críticos de mejora en la organización.

OFICINAS EN:



GUATEMALA

MEXICO

REP. DOM.

COLOMBIA



SOMOS MIEMBROS DE:



ACREDITADORA INTERNACIONAL EN EDUCACIÓN,
ENFOCADA EN EL ÁREA DE NEGOCIOS.

AFILIADOS A:



CONSEJO LATINOAMERICANO DE ESCUELAS DE
ADMINISTRACIÓN.

Su misión es elevar la calidad académica de los programas, escuelas, institutos, carreras, facultades, universidades y otras unidades educativas de Latinoamérica y el mundo.

Su visión es ser un referente en la evaluación y acreditación de programas, escuelas, institutos, carreras, facultades, universidades y otras unidades educativas en latinoamérica y el mundo.

Misión: CLADEA es una red global de instituciones de educación de negocios que fortalece el desarrollo de la docencia, investigación y vinculación con el entorno. Valoramos la integridad regional y la diversidad entre sus integrantes. CLADEA está comprometida con la excelencia académica, internacionalización, sostenibilidad e innovación, potenciando a sus miembros para que logren un impacto positivo en la sociedad latinoamericana.

Visión: CLADEA liderará la transformación de la educación en negocios en américa latina, para que sus miembros generen un impacto positivo en la sociedad.





PRESENTACIÓN

Las empresas necesitan evolucionar, de otra manera están destinadas a la extinción. El reto es la transformación diaria, re-inventarse continuamente. Entre muchas tareas necesarias para “re-inventarse”, un programa de marketing e innovación les permite crear diferenciación sostenible a través del tiempo. Para lograr esto, es conveniente diseñar un buen planteamiento de mercadeo, estrategias apropiadas, promover una cultura de innovación que genere nuevas formas de ver las oportunidades e implementar con excelencia.

Innovar es una necesidad de toda organización que siente pasión por lo que hace, que precisa trascender y dejar un legado. Transformar y revolucionar la forma en que se crean o consumen productos y servicios, empodera a quienes desean marcar la pauta en el mundo. Una forma eficiente de innovar es fomentar la creatividad propiciando espacios para que surjan nuevas iniciativas.

El objetivo funcional de un proceso de innovación es convertir esas ideas en hechos tangibles, reproducibles y que agregan valor a la organización y sus partes interesadas.

Así que los programas que ofrece **Buró Business School**, incluyen espacios de reflexión, investigación,

diálogo e intercambio de ideas para que los estudiantes, a través de la creatividad, innovación, inclusión y excelencia, se destaquen dentro del ámbito profesional.

Buró Business School cuenta con alianzas significativas con instituciones y escuelas de negocios del más alto nivel en Iberoamericana dentro de las que podemos mencionar, Universidad Anáhuac de México, Universidad Pontificia Bolivariana de Colombia, Universidad Adolfo Ibáñez de Chile y su Centro de Experiencias y Servicios CES, ESIC (Madrid, España), ICC – International Coaching Community (Inglaterra), Asociación de Master Trainer – Lego Serious Play, Universidad EAFIT, Colombia y Universidad ESAN, Perú.

Nuestros consultores son experimentados ejecutivos latinoamericanos con alta excelencia académica, apasionados por la docencia y consultoría; su calidad extraordinaria les permite enseñar a partir de lo que viven y su teoría la respaldan con resultados.

Si estas buscando una opción que te permita crecer de manera integral, **Buró Business School** es tu mejor opción.



¿CÓMO BACHELOR EN MARKETING E INNOVACIÓN CON ESPECIALIZACIÓN EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL, ENRIQUECE SU PERFIL PROFESIONAL?

Desarrolla sus habilidades y respalde su conocimiento y expertíz con este bachelor, el cual está enfocado en el fortalecimiento de conocimientos y habilidades de las áreas estratégicas de marketing e innovación y el fortalecimiento de la transformación digital: Creative & Emotional Branding, publicidad en entornos digitales, desarrollo de campañas publicitarias, Innovación social y sustentabilidad, entre otros.

..... COMPETENCIAS GENERALES DE APRENDIZAJE

👉 Empleará estrategias de marketing e innovación y las relacionará con la estrategia empresarial, definiendo estas para que permitan a la organización alcanzar sus objetivos, haciendo uso de las herramientas adecuadas como pilares del crecimiento.

👉 Gestionará la innovación y la convertirá en una valiosa herramienta asumiéndola como un proceso cuyo resultado es la mejora continua, en busca de la productividad y el crecimiento organizacional.



¿QUE ESPERAR DEL PROGRAMA?

Este bachelor, genera conocimientos sólidos del mundo empresarial, gracias a su metodología de enseñanza innovadora fundamentada en la discusión y el desarrollo de casos prácticos, que fortalecen las habilidades de identificación y resolución de problemas empresariales reales.

Además, proyecta a los participantes hacia roles de dirección dentro de las empresas y despierta su espíritu creativo e innovador. También estructura una visión estratégica y táctica de los negocios en los estudiantes y entrega herramientas prácticas para la evaluación del contexto económico, cultural y empresarial; que influye en la adopción de decisiones empresariales y la formulación de propuestas para la optimización de procesos organizacionales.



METODOLOGÍA

Nuestras clases permiten al estudiante experimentar situaciones y problemas reales que estimulan y fortalecen su capacidad de gestión en el ámbito profesional. Nuestra metodología articula la práctica vivencial con el conocimiento teórico aplicado.

La metodología del programa se fundamenta en casos prácticos y simulaciones, que complementan a la teoría robusta. Esto se logra con el desarrollo de trabajos de aplicación y experimentación, talleres de análisis estratégico, económico y financiero, que incentivan la adopción de decisiones empresariales acertadas. Las simulaciones, por su parte, permiten una retroalimentación inmediata sobre las acciones y decisiones.

Además, la construcción colectiva de modelos y prototipos promueven un aprendizaje colaborativo.



MALLA CURRICULAR

INNOVACIÓN Y PRODUCTIVIDAD

VIRTUAL ASINCRÓNICO

01

Gestiona prácticas asociadas a la innovación desarrollando el pensamiento reflexivo y la capacidad de detectar mejoras y necesidades para optimizar recursos y sistemas aportando eficiencia a la organización.

ANÁLISIS DE OPORTUNIDAD Y CONOCIMIENTO DEL CONSUMIDOR

02

Reconoce los principales factores internos y externos que afectan al consumidor, así como la importancia que tiene el conocerlo para realizar una adecuada investigación de mercados.

MICROECONOMÍA

03

Reconoce como opera la economía a nivel del consumidor y en las organizaciones, en función del sistema de precios de los bienes y los servicios.

GESTIÓN DE LA CREATIVIDAD Y MARKETING

04

Diseña estrategias creativas digitales exclusivas para el usuario para ayudar a mejorar la usabilidad propiciando un buen Customer Experience.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL

05

Identifica los canales de comunicación social donde se llevan a cabo iniciativas de marketing, además planifica e implementa una estrategia en social media.

STORYTELLING

VIRTUAL ASINCRÓNICO

06

Diseña estrategias y tácticas para impulsar una marca, producto, servicio y/o promoción a través del poder de las historias por medio del uso del StorySelling.

FUNDAMENTOS DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL

VIRTUAL ASINCRÓNICO

07

Desarrolla estrategias de Marketing gestionando el proceso de generación de valor y formulando estrategias de negocio.

MARKETING

08

Desarrolla estrategias de Marketing gestionando el proceso de generación de valor y formulando estrategias de negocio.

CREATIVE & EMOTIONAL BRANDING

09

Distingue las componentes clave del branding emocional, a través de la generación de marcas y slogans que logren conexión con el cliente, enfatizando la importancia de generar conceptos creativos para generar engagement y lealtad de largo plazo.

MARKETING POR INTERNET

10

Identifica procesos para crecer el tráfico de visitantes y su conversión para incrementar ventas y mejorar el posicionamiento de la marca implementando estrategias de creación de valor y comunidades sociales.

FINANZAS PARA MARKETING

11

Desarrolla análisis financieros para conocer el mercado y la viabilidad que se puede tener en el mismo, identificando varios factores que influyen en la toma de decisiones.

DESIGN THINKING

VIRTUAL ASINCRÓNICO

12

Diseña prototipos a soluciones que pasen de ser conceptos y se conviertan en productos mínimos viables que puedan ser validados por usuarios finales.



MALLA CURRICULAR

SISTEMAS DE INTELIGENCIA DE MERCADOTECNIA

13

Utiliza técnicas de tipo cuantitativo y cualitativo de investigación en mercadotecnia con la intención de tomar decisiones relacionadas con la conducta, expectativas y variables ambientales que le afectan al consumidor o usuario.

CANALES DE MERCADEO Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

VIRTUAL ASINCRÓNICO

14

Reconoce herramientas para diseñar una red de distribución eficiente, además de conocer las funciones de los tipos de distribuidores, esquemas de retribución y sistemas de logística.

COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

15

Implementa una visión integral de las actividades de comunicación, promoción y publicidad, integrando elementos actuales de impacto, alcance y el uso de las redes sociales.

INNOVACIÓN DE PRODUCTOS, MARCAS Y TENDENCIAS EN MERCADOTECNIA

16

Distingue modelos de innovación de productos orientados a elevar las estrategias de mercadotecnia dentro de las organizaciones.

PUBLICIDAD EN ENTORNOS DIGITALES

VIRTUAL ASINCRÓNICO

17

Distingue oportunidades, estrategias, técnicas, medios y formatos que permitan hacer publicidad eficaz en el entorno digital, además de métricas online para medir y analizar resultados.

TRADE MARKETING

18

Planifica estrategias para mejorar la rotación de los productos con promociones y ofertas, además de medir la rentabilidad de los clientes y analizar sus movimientos para ubicación de productos.

DESARROLLO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

19

Implementa estrategias para planear, ejecutar y optimizar una campaña publicitaria desde cero, según las necesidades de la marca u organización.

MARKETING DE SERVICIOS Y EXPERIENCIAS

VIRTUAL ASINCRÓNICO

20

Diseña un servicio que satisfaga las necesidades de un segmento del mercado definiendo los ejes de la comercialización y promoción continua del servicio.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN MERCADOTECNIA

21

Identifica aspectos del proceso de planeación estratégica a fin de motivar el diseño de objetivos y estrategias relacionadas con la mercadotecnia, además de identificar oportunidades de crecimiento en el mercado y de fuentes de ventajas competitivas.

GESTIÓN DE PROYECTOS

22

Emplea herramientas para planificar, ejecutar y controlar proyectos, además gestiona equipos de trabajo, patrocinadores y usuarios de forma profesional.

POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO Y GESTIÓN DE MARCAS

23

Desarrolla habilidades y conocimientos para realizar la gestión de marcas y generar a través de ellas un posicionamiento estratégico de su organización.

INNOVACIÓN SOCIAL Y SUSTENTABILIDAD

VIRTUAL ASINCRÓNICO

24

Desarrolla habilidades y conocimientos para realizar la gestión de marcas y generar a través de ellas un posicionamiento estratégico de su organización.



FACULTY

El cuerpo docente de nuestro bachelor, está conformado por catedráticos de amplia trayectoria académica y profesional en los temas funcionales del mismo.

Todos los profesores, nacionales e internacionales, cuentan con títulos de 2do y 3er nivel (maestrías) obtenidos en prestigiosas universidades a nivel nacional y/o mundial.





- TÍTULO DE BACHELOR POR BURÓ BUSINESS SCHOOL
- CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL CON INSTITUTO EUROPEO DE POSGRADO

MARTES 5:30 A 9:30 PM

2 AÑOS

24 CURSOS

- 3 POR TRIMESTRE
- 8 TRIMESTRES EN TOTAL

POR TRIMESTRE:

**2 CURSOS MODALIDAD ONLINE
SINCRÓNICA**

CLASES EN TIEMPO REAL A TRAVÉS DE PLATAFORMAS DE VIDEOCONFERENCIA (TEAMS).

**1 CURSO MODALIDAD ONLINE
ASINCRÓNICA**

CURSO VIRTUAL AUTOMATIZADO EN PLATAFORMA ACADÉMICA.

MENSUALIDAD

Q 1,500.00

INSCRIPCIÓN ÚNICA
Q 2,500.00

OTRAS INVERSIONES ACADÉMICAS:

- PROYECTO DE GRADUACIÓN Y EVALUACIÓN APROBATORIA.
- TÍTULO BURÓ BUSINESS SCHOOL.
- CERTIFICACIÓN IEP.
- ACTO DE GRADUACIÓN.

CONTADO, VISA CUOTAS, FINANCIAMIENTO SIN RECARGO CON BURÓ BUSINESS SCHOOL Y FINANCIAMIENTO BANCARIO.



GUATEMALA
PBX 2310-7700
info@somosburo.com

MÉXICO
+52 55 4854 3989
tcastillo@somosburo.com

COLOMBIA
+313 352 8650
mfandino@somosburo.com

REP. DOM.
+1 (809) 756 4043
scolombo@somosburo.com

www.somosburo.com

