

**MAPA CURRICULAR**  
**MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA DIGITAL E INTELIGENCIA DE NEGOCIOS**  
**LINEA DE INVESTIGACIÓN 1: MERCADOTECNIA DIGITAL**  
**EN COMPETENCIAS PROFESIONALES**  
**VIGENTE A PARTIR DE MAYO DE 2025**

PRIMER CICLO DE FORMACIÓN			SEGUNDO CICLO DE FORMACIÓN		
Primer cuatrimestre	Segundo cuatrimestre	Tercer cuatrimestre	Cuarto cuatrimestre	Quinto cuatrimestre	Sexto cuatrimestre
ÉTICA PROFESIONAL 60 HRS	RESPONSABILIDAD SOCIAL 60 HRS	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DIGITAL 60 HRS	EXPERIENCIA PARA EL USUARIO UX 75 HRS	POSICIONAMIENTO EN MOTORES DE BÚSQUEDA 60 HRS	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN APLICADA
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN I 45 HRS	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN II 45 HRS	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN III 45 HRS	SEMINARIO DE TESIS I 60 HRS	SEMINARIO DE TESIS II 60 HRS	
MERCADOTECNIA PARA LOS NEGOCIOS DIGITALES 75 HRS	LEGISLACIÓN Y PROTECCIÓN DE DATOS EN EL ÁMBITO DIGITAL 60 HRS	OMNISCANALIDAD 60 HRS	HERRAMIENTAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO 60 HRS	ADMINISTRACIÓN DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES (CRM) Y FIDELIZACIÓN 75 HRS	
FUNDAMENTOS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS 60 HRS	MERCADOTECNIA PROGRAMÁTICA 75 HRS	ANÁLISIS Y VISUALIZACIÓN DE DATOS PARA EL NEGOCIO 60 HRS	ADMINISTRACIÓN DE REDES PARA LA MERCADOTECNIA 60 HRS	MÉTRICAS DEL ECOSISTEMA DIGITAL 45 HRS	
240 HRS	240 HRS	225 HRS	255 HRS	240 HRS	240 HRS
705 HRS 44.06 CRÉDITOS			735 HRS 45.94 CRÉDITOS		



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
 DIRECCIÓN GENERAL DE UNIVERSIDADES  
 TECNOLÓGICAS Y POLITÉCNICAS  
 DIRECCIÓN ACADÉMICA

SELLO DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE UNIVERSIDADES  
 TECNOLÓGICAS Y POLITÉCNICAS

F-DA-02-MC-MAE-39-L1

**MAPA CURRICULAR**  
**MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA DIGITAL E INTELIGENCIA DE NEGOCIOS**  
**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN 1: MERCADOTECNIA DIGITAL**  
**COMPETENCIAS PROFESIONALES**  
**VIGENTE A PARTIR DE MAYO DE 2025**

MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA DIGITAL E INTELIGENCIA DE NEGOCIOS  
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN 1: MERCADOTECNIA DIGITAL

Primer Ciclo de Formación

Segundo Ciclo de Formación

Competencia:  
  
Diseñar estrategias de mercadotecnia digital para la comercialización a través del análisis de mercado, utilizando herramientas tecnológicas, las tendencias y regulaciones actuales, para optimizar la experiencia del cliente y fortalecer la competitividad de la organización contribuyendo con el crecimiento del ámbito local y global.

Competencia:  
  
Administrar unidades económicas en mercados nacionales e internacionales, mediante el uso de marketing digital apegado a la legislación vigente y considerando las tendencias del entorno globalizado para contribuir a la consolidación y rentabilidad de las organizaciones.

NÚCLEO BÁSICO		
ASIGNATURA	HORAS	CRÉDITOS
Ética Profesional	60	3.75
Seminario de Investigación I	45	2.81
Responsabilidad Social	60	3.75
Seminario de Investigación II	45	2.81
Comportamiento del Consumidor	60	3.75
Seminario de Investigación III	45	2.81
Seminario de Tesis I	60	3.75
Seminario de Tesis II	60	3.75

ESPECIALIDAD		
ASIGNATURA	HORAS	CRÉDITOS
Mercadotecnia para los Negocios Digitales	75	4.68
Fundamentos de Inteligencia de Negocios	60	3.75
Legislación y Protección de Datos en Ámbito Digital	60	3.75
Mercadotecnia Programática	75	4.68
Omnicanalidad	60	3.75
Análisis y Visualización de Datos para el Negocio	60	3.75
Experiencia para el Usuario UX	75	4.68
Posicionamiento en Motores de Búsqueda	60	3.75
Herramientas de Comercio Electrónico	60	3.75
Administración de las Redes para la Mercadotecnia	60	3.75
con los Clientes (CRM) y Fidelización		4.68
Métricas del Ecosistema Digital		2.81

OPTATIVA		
ASIGNATURA	HORAS	CRÉDITOS