

MAPA CURRICULAR
MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA DIGITAL E INTELIGENCIA DE NEGOCIOS
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN 2: INTELIGENCIA DE NEGOCIOS
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	RESPONSABILIDAD SOCIAL	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DIGITAL	ANÁLISIS DE MÉTRICAS PARA REDES SOCIALES	CIENCIA DE DATOS PARA REDES SOCIALES	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN APLICADA
60 HRS	60 HRS	60 HRS	60 HRS	75 HRS	
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN I	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN II	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN III	SEMINARIO DE TESIS I	SEMINARIO DE TESIS II	
45 HRS	45 HRS	45 HRS	60 HRS	60 HRS	
MERCADOTECNIA PARA LOS NEGOCIOS DIGITALES	LEGISLACIÓN Y PROTECCIÓN DE DATOS EN EL ÁMBITO DIGITAL	DESARROLLO DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL	OMNISCANALIDAD	INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA AL BI	
75 HRS	60 HRS	75 HRS	60 HRS	75 HRS	
FUNDAMENTOS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS	MACHINE LEARNING	ANÁLISIS Y VISUALIZACIÓN DE DATOS PARA EL NEGOCIO	HERRAMIENTAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO		
60 HRS	75 HRS	60 HRS	60 HRS		
240 HRS	240 HRS	240 HRS	240 HRS	210 HRS	240 HRS
720 HRS 45 CRÉDITOS			690 HRS 43.13 CRÉDITOS		

MAPA CURRICULAR
MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA DIGITAL E INTELIGENCIA DE NEGOCIOS
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN 2: INTELIGENCIA DE NEGOCIOS
COMPETENCIAS PROFESIONALES
VIGENTE A PARTIR DE MAYO DE 2025

Primer 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.
--

MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA DIGITAL E INTELIGENCIA DE NEGOCIOS LÍNEA DE INVESTIGACIÓN 2: INTELIGENCIA DE NEGOCIOS
Segundo Ciclo de Formación

Competencia: Evaluar estrategias de comercialización y mercadotecnia con base en herramientas de inteligencia de negocios mediante el análisis crítico de datos del ecosistema empresarial y tendencias de mercado, considerando regulaciones vigentes para optimizar la toma de decisiones en las organizaciones en un entorno local y global.

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	4.69
Fundamentos de Inteligencia de Negocios	60	3.75
Legislación y Protección de Datos en el Ámbito Digital	60	3.75
Machine Learning	75	4.69
Desarrollo del Plan de Marketing Digital	75	4.69
Análisis y Visualización de Datos para el Negocio	60	3.75
Análisis de Métricas para Redes Sociales	60	3.75
Ciencia de Datos para Redes Sociales	75	4.69
Omnicanalidad	60	3.75
Herramientas de Comercio Electrónico	75	3.75
Inteligencia Artificial Aplicada al BI	75	4.69



SELLO DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE UNIVERSIDADES TECNOLÓGICAS Y POLITÉCNICAS

OPTATIVA		
ASIGNATURA	HORAS	CRÉDITOS

F-DA-02-MC-MAE-39-L2