

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 60 HRS	RESPONSABILIDAD SOCIAL 60 HRS	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DIGITAL 60 HRS	ANÁLISIS DE MÉTRICAS PARA REDES SOCIALES 60 HRS	CIENCIA DE DATOS PARA REDES SOCIALES 75 HRS	
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	DESARROLLO DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL 75 HRS	OMNICANALIDAD 60 HRS	INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA AL BI 75 HRS	
FUNDAMENTOS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS 60 HRS	MACHINE LEARNING 75 HRS	ANÁLISIS Y VISUALIZACIÓN DE DATOS PARA EL NEGOCIO 60 HRS	HERRAMIENTAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO 60 HRS		
240 HRS	240 HRS	240 HRS	240 HRS	210 HRS	240 HRS
720 HRS 45 CRÉDITOS			690 HRS 43.13 CRÉDITOS		
 SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA DIRECCIÓN GENERAL DE UNIVERSIDADES <small>TECNOLOGICAS Y POLITÉCNICAS</small> SELLO DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE UNIVERSIDADES <small>DIRECCIÓN GENERAL DE UNIVERSIDADES TECNOLOGICAS Y POLITÉCNICAS</small>					

**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**

--

<b>MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA DIGITAL E INTELIGENCIA DE NEGOCIOS</b> <b>LÍNEA DE INVESTIGACIÓN 2: INTELIGENCIA DE NEGOCIOS</b>
--

<b>Primer Ciclo de Formación</b>
----------------------------------

<b>Segundo Ciclo de Formación</b>
-----------------------------------

<b>Competencia:</b>  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.
--

<b>Competencia:</b>  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
Ánalisis y Visualización de Datos para el Negocio	60	3.75
Ánalisis 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		3.75
Inteligencia Artificial Aplicada al BI		4.69



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
 DIRECCIÓN GENERAL DE UNIVERSIDADES  
 TECNOLÓGICAS Y POLITÉCNICAS

DIRECCIÓN AGREGADA  
 SELLO DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE UNIVERSIDADES TECNOLÓGICAS Y  
 POLITÉCNICAS

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