



## OBJETIVO:

Desarrollar competencias avanzadas para diseñar, implementar y dirigir estrategias de mercadotecnia digital y comunicación corporativa en entornos globales, aplicando enfoques analíticos, tecnológicos y creativos que impulsen la transformación digital de las organizaciones, fortalezcan su posicionamiento competitivo y promuevan una gestión ética, sostenible e innovadora de la marca en el ecosistema digital.



Duración:  
**2 años**  
6 cuatrimestres

Modalidad:  
**En línea**

## PERFIL DE INGRESO



- Formación previa en disciplinas relacionadas con la administración, mercadotecnia, comunicación, negocios, economía o áreas afines.
- Interés en desarrollar una visión estratégica y tecnológica aplicada a la gestión de la mercadotecnia en entornos digitales.
- Mostrar disposición para el aprendizaje autónomo, creativo y colaborativo, con un enfoque ético, analítico e innovador orientado a la transformación digital de las organizaciones.

## PERFIL DE EGRESO



- Profesional capaz de liderar con visión estratégica los procesos de comunicación, comercialización y posicionamiento en entornos digitales.
- Pensamiento analítico, creativo y tecnológico para planificar, ejecutar y evaluar estrategias de mercadotecnia orientadas a la generación de valor y al fortalecimiento de la identidad de marca.
- Preparado para dirigir proyectos de transformación digital, implementar soluciones innovadoras basadas en datos y promover una gestión empresarial sustentada en la ética, la sostenibilidad y la satisfacción del cliente.

## CAMPO LABORAL



Empresas con Departamentos Digitales



Agencias de Marketing y Publicidad



Medios de Comunicación



Gobierno y Banca de Desarrollo



Startups



Freelancer

## CONTAMOS PARA TU PREPARACIÓN CON:



Modelo pedagógico  
**basado en el Constructivismo**



Docentes de  
**calidad con experiencia profesional**



Recursos académicos y didácticos que facilitan el estudio



Horarios flexibles

## OBTENCIÓN DE GRADO

### OPCIONES

Tesis  
Diseño de un sistema o proyecto para una organización



Excelencia académica  
Informe de Experiencia Profesional

Acreditación del idioma inglés  
Nivel Comprensión Lectora  
Obtención del 100% de créditos



Elección de alguna opción de titulación  
Pago de derechos y trámites de titulación

### REQUISITOS

# PLAN DE ESTUDIOS MAESTRÍA EN DIRECCIÓN Y MARKETING DIGITAL (SEP) RVOE 20254115

## PLATAFORMA MOODLE

Cuenta con un sistema único y seguro, además de ambientes de aprendizaje personalizados.



Flexibilidad en tiempo



Instrumentos de evaluación clásicos y modernos



Recursos visuales, audiovisuales y digitales



Facilidad para trabajar con los contenidos



Promueve el modelo pedagógico de asimilación



Apoyo y soporte técnico 24 horas

## MICROSOFT TEAMS

Proceso de feedback de manera sincrónica y asincrónica



### Primer Cuatrimestre

1. Fundamentos de la Dirección Estratégica
2. Mercadotecnia Digital: Principios y Estrategias
3. Integridad y Creatividad

### Segundo Cuatrimestre

4. Comportamiento del Consumidor Digital
5. Gestión de Contenidos y Comunicación Digital
6. Analítica Web y Métricas de Mercadotecnia

### Tercer Cuatrimestre

7. Publicidad Digital y Medios Sociales
8. Diseño de Experiencias y Usabilidad Digital
9. Inglés Técnico para la Mercadotecnia Digital

### Cuarto Cuatrimestre

10. Comercio Electrónico y Plataformas Digitales
11. Gestión de la Reputación en Línea y Marca Digital
12. Transformación Digital y Modelos de Negocio

### Quinto Cuatrimestre

13. Estrategias de Comunicación y Relaciones Públicas Digitales
14. Inglés Técnico para la Dirección y la Innovación

### Sexto Cuatrimestre

15. Seminario de Tesis en Dirección y Mercadotecnia Digital
16. Sustentabilidad y Comunidad

FORJADORA DE  
**CARÁCTER**  
POR UN  
**FUTURO**  
**SOSTENIBLE**

