



Maestría en Mercadotecnia Digital e Inteligencia de Negocios



¡Excelencia académica,
innovación con sentido social!

ACREDITACIÓN **2030**





¡Excelencia académica,
innovación con sentido social!

Perfil de ingreso

La Universidad Tecnológica de Tabasco a través de la División Académica de Tecnologías de la Información y Comunicación y la División Académica de Administración y Negocios oferta a los interesados de México y el extranjero en las áreas afines a los negocios la **Maestría en Mercadotecnia Digital e Inteligencia de Negocios.**



Duración
24 MESES

Objetivo general.

Formar capital humano capaz de desarrollar estrategias comerciales con el objetivo de optimizar la experiencia del cliente, fortalecer la competitividad de la organización y contribuir con el crecimiento en el ámbito local y global, mediante el uso de tecnologías aplicadas en mercadotecnia digital e inteligencia de negocios para la toma de decisiones.

Requisitos de ingreso

Los candidatos interesados en ingresar a la Maestría de Mercadotecnia Digital e Inteligencia de Negocios deben ser preferentemente egresados de programas de ingeniería o licenciatura afín a las disciplinas económico-administrativas y de Tecnologías de la Información.

Deseable contar con habilidades para proponer soluciones innovadoras en el entorno digital, conocimientos básicos de tecnologías de la información, redes sociales, gestión de contenidos y herramientas de marketing digital (como Google Analytics, SEO, SEM, plataformas de publicidad digital, entre otras), así como capacidad para comunicarse de manera efectiva tanto de forma escrita como verbal y colaborar en equipos multidisciplinarios.

Perfil de ingreso



Maestría en
Mercadotecnia Digital
e Inteligencia de Negocios

Interés en el desarrollo de proyectos de investigación e innovación en el área comercial.
Comprensión lectora de textos técnicos en inglés.
Disponibilidad de tiempo para atender al programa

Proceso de admisión

Carta de exposición de motivos para el ingreso al programa de posgrado.
CV y probatorios de antecedentes académicos y profesionales.
Entrevista con el Comité de Académico.
Presentar evaluación diagnóstica de ingreso.
Evaluación del idioma inglés.
Evaluación psicométrica.
Curso propedéutico.

Perfil de egreso



Maestría en
Mercadotecnia Digital
e Inteligencia de Negocios

Propósito del Programa Educativo

Formar capital humano capaz de desarrollar estrategias comerciales con el objetivo de optimizar la experiencia del cliente, fortalecer la competitividad de la organización y contribuir con el crecimiento en el ámbito local y global, mediante el uso de tecnologías aplicadas en mercadotecnia digital e inteligencia de negocios para la toma de decisiones.

Requerimientos del egresado para su campo profesional

Proponer soluciones con base en recursos tecnológicos e innovación.

- Manejo de técnicas de recopilación de información.
- Habilidades en el uso de herramientas de mercadotecnia digital.
- Análisis críticos de datos y métricas de desempeño digital.
- Manejo de software de análisis de datos.
- Implementar estrategias de publicidad digital.
- Diseño de UX/UI para la implementación de estrategias de mercadotecnia.
- Automatización de las herramientas de mercadotecnia digital.
- Desarrollo de estrategias de inteligencia de negocios a través de modelos y la

Perfil de egreso



Maestría 
Mercadotecnia Digital
e Inteligencia de Negocios

Escenarios de actuación

El Maestro en Mercadotecnia Digital e Inteligencia de Negocios, podrá desenvolverse en:

- Diseño de la imagen de la empresa y perfil del usuario para colocarse en el mercado meta.
- Formulación de diagnósticos sectoriales por estructura del entorno.
- Organización de las estrategias globales en las empresas.
- Análisis de la información para la toma de decisiones estratégicas en las organizaciones.
- Formulación de estrategias de Mercadotecnia Digital e Inteligencia de Negocios.
- Aplicación de técnicas de recopilación de información a través de herramientas digitales para la toma de decisiones.
- Análisis de la información sobre la problemática que enfrentan las empresas de cualquier sector productivo.
- Planeación y ejecución de estrategias acordes con los objetivos de la empresa.
- Diseño de campañas de Mercadotecnia Digital.

Perfil de egreso



Maestría en
Mercadotecnia Digital
e Inteligencia de Negocios

Ocupación profesional

El Maestro en Mercadotecnia Digital e Inteligencia de Negocios, podrá desempeñarse como:

- »» Analista de Inteligencia de Negocios (Business Intelligence Analyst).
- »» Analista de Datos (Data Analyst).
- »» Analista de Negocios (Business Analyst).
- »» Community Manager.
- »» Director de proyectos.
- »» Chief Data Officer -CDO.
- »» Data Manager.

Mapa curricular



Maestría en
**Mercadotecnia Digital
 e Inteligencia de Negocios**

LI: MERCADOTECNIA DIGITAL

L2: INTELIGENCIA DE NEGOCIOS

PRIMER CICLO DE FORMACIÓN			SEGUNDO CICLO DE FORMACIÓN		
PRIMER CUATRIMESTRE	SEGUNDO CUATRIMESTRE	TERCER CUATRIMESTRE	CUARTO CUATRIMESTRE	QUINTO CUATRIMESTRE	SEXTO CUATRIMESTRE
ÉTICA PROFESIONAL 60 HORAS	RESPONSABILIDAD SOCIAL 60 HORAS	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DIGITAL 60 HORAS	EXPERIENCIA PARA EL USUARIO UX 75 HORAS	POSICIONAMIENTO EN MOTORES DE BÚSQUEDA 60 HORAS	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN APLICADA
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN I 45 HORAS	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN II 45 HORAS	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN III 45 HORAS	SEMINARIO DE TESIS I 60 HORAS	SEMINARIO DE TESIS II 60 HORAS	
MERCADOTECNIA PARA LOS NEGOCIOS DIGITALES 75 HORAS	LEGISLACIÓN Y PROTECCIÓN DE DATOS EN EL ÁMBITO DIGITAL 60 HORAS	OMNICANALIDAD 60 HORAS	HERRAMIENTAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO 60 HORAS	ADMINISTRACIÓN DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES (CRM) Y FIDELIZACIÓN 75 HORAS	
FUNDAMENTOS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS 60 HORAS	MERCADOTECNIA PROGRAMÁTICA 75 HORAS	ANÁLISIS Y VISUALIZACIÓN DE DATOS PARA EL NEGOCIO 60 HORAS	ADMINISTRACIÓN DE REDES PARA MERCADOTÉCNICA 60 HORAS	MÉTRICAS DEL ECOSISTEMA DIGITAL 45 HORAS	
705 HORAS 44.06 CRÉDITOS			735 HORAS 45.94 CRÉDITOS		

Nucleo académico básico



Maestría **en**
**Mercadotecnia Digital
e Inteligencia de Negocios**



Claudia Fabiola Ávila Guzmán

Coordinadora del Programa de Estudio de la MMDeIN.
Licenciatura en Relaciones Comerciales.
Maestría en Administración con Especialidad en Comercialización Estratégica.
Maestría en Innovación Educativa.
Profesor Tiempo Completo de la División Académica de Administración y Negocios.
Presidenta de la Academia de Mercadotecnia de la carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia.
Miembro del Padrón Estatal de Investigadores.
Miembro del Sistema Estatal de Investigadores.



Martha Ofelia Jiménez Velázquez

Licenciada en Computación.
Maestría en Ingeniería de Sistemas con especialidad en Sistemas de Información.
Doctorado en Sistemas Computacionales.
Perfil deseable PRODEP.
Miembro del Padrón Estatal de Investigadores.



María Ydolina Rosales Pérez

Licenciatura en Administración.
Maestría en Ciencias de la Educación con Especialidad en Docencia.
Maestría en Innovación Educativa.
Profesor Tiempo Completo de la División Académica de Administración y Negocios
Secretaría de la Academia de Mercadotecnia de la carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia.
Miembro del Padrón Estatal de Investigadores.
Miembro del Sistema Estatal de Investigadores.
Perfil Deseable PRODEP.

Nucleo académico básico



Maestría en
Mercadotecnia Digital
e Inteligencia de Negocios



Juan Gabriel Vargas Franco

Ingeniero en Electrónica y Comunicaciones.
Maestría en Administración de Telecomunicaciones
Profesor de Tiempo Completo de la División Académica
de Tecnologías de la Información.
Perfil deseable PRODEP.



Lizbeth Carrillo Ponte

Licenciatura en Diseño Gráfico.
Maestría en Administración.
Profesora Tiempo Completo de la División Académica
de Tecnologías de la Información y Comunicación.
Miembro de la Academia de Mercadotecnia.
Miembro del Padrón Estatal de Investigadores.



Eligio Cachón Menéndez

Ingeniería en Electrónica y Comunicaciones.
Maestría en Administración de Tecnologías de la Información.
Profesor Tiempo Completo de la División Académica
de Tecnologías de la Información y Comunicación.

Núcleo académico básico



Maestría en
Mercadotecnia Digital
e Inteligencia de Negocios



Hipólito López Miranda

Licenciatura en Informática.
Maestría en Sistemas de información.
Doctorado en Sistemas.
Profesor Tiempo Completo de la División Académica
de Tecnologías de la Información y Comunicación.



Juan Javier Castillo Ramiro

Licenciatura en Computación.
Maestría en Ingeniería y Protección Ambiental.
Doctorado en Desarrollo Regional.
Profesor Tiempo Completo de la División Académica de
Administración y Negocios.
Perfil Deseable PRODEP.
Miembro del Padrón Estatal de Investigadores.



¡Excelencia académica,
innovación con sentido social!



Maestría en
**Mercadotecnia Digital
e Inteligencia de Negocios**

Informes:

Coordinación Académica de la Maestría en Mercadotecnia Digital e Inteligencia de Negocios

M.A. Claudia Fabiola Avila Guzmán
coordinacion.mmdin@uttab.edu.mx

cavila.tc@uttab.edu.mx

Departamento de Apoyo al Posgrado e Investigación

M.A.E.E. Laura Elena Herrera Jiménez
d.apoyoalposgradoeinvestigacion@ut-
tab.edu.mx

Director de la División de Tecnologías de la Información y Comunicación

Mtro. José Luis Martínez Rivera
d.tic@uttab.edu.mx



993 1211303

Director de la División de Administración y Negocios

Dr. Juan Javier Castillo Ramiro



9933 723587



ACREDITACIÓN **2030**

 Educación
Secretaría de Educación Pública

 TABASCO

UTP
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TABASCO