



Maestría en Mercadotecnia Digital e Inteligencia de Negocios



¡Excelencia académica,
innovación con sentido social!

ACREDITACIÓN **2030**



Educación
Secretaría de Educación Pública



TABASCO

UTP
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE TABASCO



¡Excelencia académica,
innovación con sentido social!



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

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**

Propósito del programa

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.

Objetivos específicos

Formar profesionales capaces de optimizar los procesos comerciales aplicando estrategias de mercadotecnia digital, contribuyendo a la innovación y competitividad de las empresas en conformidad con la legislación vigente y la protección de datos.

Formar profesionales capaces de desarrollar estrategias de inteligencia de negocios mediante el uso de tecnologías aplicadas para la toma de decisiones en las organizaciones, en conformidad con la legislación vigente y la protección de datos.

Perfil y requisitos de ingreso



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

Características específicas:

- Egresado de programas de ingeniería o licenciatura afín en Mercadotecnia Digital e Inteligencia de Negocios.
- Capacidad de síntesis, abstracción y razonamiento matemático.
- Conocimientos básicos de computación y programación.
- Habilidades de investigación y desarrollo de proyectos.
- Comprensión de lectura técnica de textos en inglés.
- Capacidad de comunicación verbal y escrita.
- Disponibilidad de tiempo para atender al programa.

Requisitos de ingreso:

- Poseer título y cédula profesional de ingeniería o licenciatura afín al programa de maestría.
- Haber obtenido un promedio de egreso mínimo de 8.0 o equivalente en la licenciatura o ingeniería.
- Presentar el examen de admisión.
- Presentar el curso propedéutico establecido para el programa de maestría.
- Realizar una entrevista con el Comité de Admisión del Programa.
- Acreditar el idioma inglés avalado por el Centro de Idiomas de la UTTAB, nivel B1 recomendable.
- En el caso de extranjeros presentar los demás requisitos solicitados en el Reglamento de Estudios de Posgrado de la Universidad Tecnológica de Tabasco.

Proceso de admisión:

- Cumplir con los requisitos de ingreso en tiempo y forma.
- Entregar carta de exposición de motivos para el ingreso al programa de posgrado.
- Presentar dos cartas de recomendación académica.
- Presentarse a entrevista con el Comité de Admisión en fecha y hora establecida.
- Presentarse a exámenes en fecha y hora establecida.

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 HORAS	60 HORAS	60 HORAS	60 HORAS	75 HORAS	
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN I	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN II	SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN III	SEMINARIO DE TESIS I	SEMINARIO DE TESIS II	
45 HORAS	45 HORAS	45 HORAS	75 HORAS	60 HORAS	
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 HORAS	60 HORAS	75 HORAS	60 HORAS	75 HORAS	
FUNDAMENTOS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS	MACHINE LEARNING	ANÁLISIS Y VISUALIZACIÓN DE DATOS PARA EL NEGOCIO	HERRAMIENTAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO		
60 HORAS	75 HORAS	60 HORAS	60 HORAS		

720 HORAS 45 CRÉDITOS	690 HORAS 43.13 CRÉDITOS
--------------------------	-----------------------------

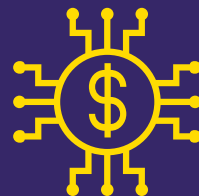
NÚCLEO BÁSICO		
ASIGNATURA	HORAS	CRÉDITOS
ÉTICA PROFESIONAL	60	3.75
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN I	45	2.81
RESPONSABILIDAD SOCIAL	60	3.75
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN II	45	2.81
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DIGITAL	60	3.75
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN III	45	2.81
SEMINARIO DE TESIS I	60	3.75
SEMINARIO DE 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
MACHINE LEARNING	60	3.75
ANÁLISIS Y VISUALIZACIÓN DE DATOS PARA EL NEGOCIO	75	4.69
ANÁLISIS DE MÉTRICAS PARA REDES SOCIALES	60	3.75
CIENCIA DE DATOS PARA REDES SOCIALES	75	4.69
OMNISCANALIDAD	60	3.75
HERRAMIENTAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO	60	3.75
INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA AL BI	75	4.69

Líneas de generación y aplicación del conocimiento

Estas líneas tienen como objetivo fortalecer la estructura del programa de la maestría, dado el enfoque integral de los conceptos de Mercadotecnia Digital e Inteligencia de Negocios tienen un entrelazamiento, siendo relevante el desarrollo de los mismos en cada una de las acciones fundamentadas en el Plan de Estudios del Posgrado que guiarán el proceso académico y de investigación del cuerpo de Profesores que integra el Claustro Docente y de los trabajos recepcionales de los propios estudiantes.

La maestría si bien es profesionalizante y se enfoca principalmente al trabajo práctico en las diferentes organizaciones centradas en los negocios, tiene un peso importante la revisión de los contenidos de los distintos marcos teórico metodológicos. En ese sentido, el posgrado se sustenta fuertemente con los resultados académicos obtenidos en las Líneas de Generación y Aplicación del Conocimiento, considerando las diferentes organizaciones dedicadas a los negocios, con lo que durante los cuatrimestres se buscará aportar soluciones integrales que impacten al sector empresarial local y regional, atendiendo la globalización del mercado.



LGAC-1

Mercadotecnia digital

Enfocada a optimizar los procesos comerciales aplicando estrategias de mercadotecnia digital, contribuyendo a la innovación y competitividad de las empresas en conformidad con la legislación vigente y la protección de datos



LGAC-2

Inteligencia de negocios

Enfocada a desarrollar estrategias de inteligencia de negocios mediante el uso de tecnologías aplicadas para la toma de decisiones en las organizaciones, en conformidad con la legislación vigente y la protección de datos

Perfil de egreso



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

Presentación

El Maestro en Mercadotecnia Digital e Inteligencia de Negocios cuenta con las competencias profesionales necesarias para su desempeño en el campo laboral, en el ámbito local, regional y nacional.

Competencias profesionales:

Las competencias profesionales son las destrezas y actitudes que permiten al Maestro en Mercadotecnia Digital e Inteligencia de Negocios desarrollar actividades en su área profesional, adaptarse a nuevas situaciones, así como transferir, si es necesario, sus conocimientos, habilidades y actitudes a áreas profesionales próximas.

Competencias Genéricas:

Capacidad de análisis, síntesis y aplicación práctica de conocimientos, resiliencia y adaptabilidad basada en capacidades individuales y destrezas sociales de tipo gerencial, toma de decisiones y resolución asertiva de problemas, desempeño con valores afines a las innovaciones del medio y necesidades de la sociedad, así como capacidad de sinergia social y cultural, habilidades básicas

para la investigación y comunicación fluida en un segundo idioma.

Competencias Específicas:

Optimizar los procesos comerciales aplicando estrategias de mercadotecnia digital, contribuyendo a la innovación y competitividad de las empresas en conformidad con la legislación vigente y la protección de datos.

Desarrollar estrategias de inteligencia de negocios mediante el uso de tecnologías aplicadas para la toma de decisiones en las organizaciones, en conformidad con la legislación vigente y la protección de datos.

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.
- 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

Claustro académico



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.
Perfil Deseable PRODEP.



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.

Claustro académico



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 hora, semana, mes de la División Académica
de Administración y Negocios.
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.

Claustro académico



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



Hipólito López Miranda

Licenciatura en Informática.
Maestría en Sistemas de información.
Doctorado en Sistemas.
Profesor de Tiempo Completo.



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.
Presidente de la Academia de la Licenciatura en Innovación de Negocios
y Mercadotecnia.
Perfil Deseable PRODEP.
Miembro del Padrón Estatal de Investigadores.

Proceso de selección

1. Cubrir los trámites administrativos (ficha de ingreso e inscripción)

2. Los documentos solicitados deberán presentarse escaneados en formato PDF y en original para cotejo y creación de expediente:

- Acta de nacimiento
- Certificado de estudios
- Título (en caso de que el aspirante se haya titulado recientemente podrá presentar Acta de Examen Profesional, la universidad dará un plazo para entregar el título)
- Cédula profesional de licenciatura o de maestría en su caso (en caso de que el aspirante se haya titulado recientemente podrá presentar Acta de Examen Profesional, la universidad dará un plazo para entregar la cédula)

3. Haber obtenido un promedio de egreso mínimo de 8.0 (ocho punto cero) o equivalente en la licenciatura

4. En caso de aspirantes extranjeros, no hispanoparlantes, deberán demostrar su dominio del idioma español, con documentos de certificados o dictaminado por la Universidad Tecnológica de Tabasco o por alguna instancia nacional o internacional reconocida.

5. Presentar el examen diagnóstico de inglés en el Centro de Idiomas de la UTTAB (CIUT) Nivel B1 recomendable.

6. Presentarse a la entrevista con el Comité Académico del Programa de la Maestría de acuerdo a la fecha que se programe.

7. Presentar el Examen de Admisión.

8. Currículum Vitae con documentos comprobatorios (Formato No.1).

9. Carta de Exposición de motivos (Formato No. 2).

10. Dos Cartas de Recomendación (Formato No. 3).

11. Guía de trabajo de Grado (Formato No. 4).

12. Una vez cumplidos los puntos anteriores el Comité Académico evaluará. Pudiéndose obtener tres posibles resultados:

- Aceptado: El candidato podrá inscribirse al ciclo inmediato a la emisión de la convocatoria.
- No aceptado temporalmente: El candidato podrá participar en futuras convocatorias.
- No aceptado de manera definitiva: El candidato quedará inhabilitado para participar en futuras convocatorias.

13. Los resultados de la evaluación se harán del conocimiento de los candidatos a través de correo electrónico.



¡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

Departamento de Apoyo al Posgrado e Investigación

M.A.E.E. Laura Elena Herrera Jiménez
d.apoyoalposgradoeinvestigacion@uttab.edu.mx

Director de la División de Tecnologías de la Información y Comunicación

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



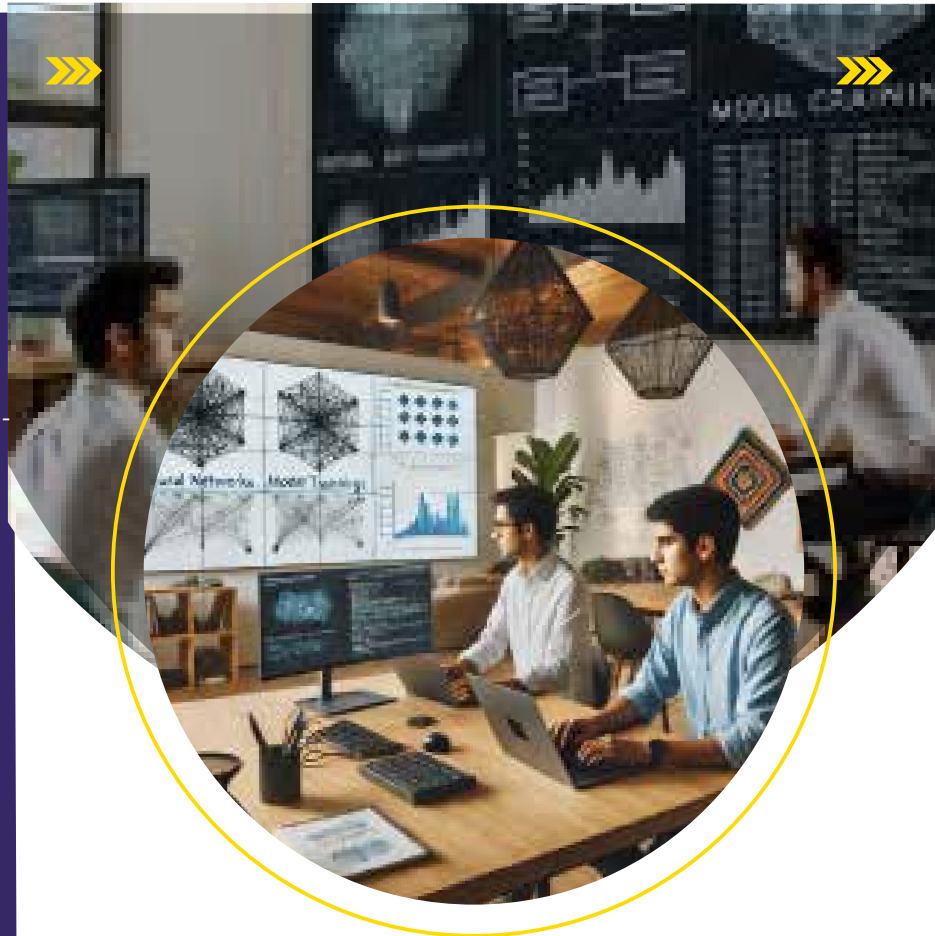
993 1211303

Director de la División de Administración y Negocios

Dr. Juan Javier Castillo Ramiro
d.utdan@uttab.edu.mx



9933 723587



ACREDITACIÓN **2030**

 **Educación**
Secretaría de Educación Pública

 **TABASCO**

UTP
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA Y POLITÉCNICA