



Ruta sugerida de formación

1er. Ciclo	2o. Ciclo	3er Ciclo	4o. Ciclo	5o. Ciclo	6o. Ciclo	7o. Ciclo	8o. Ciclo
Fundamentos de Administración	Fundamentos de Contabilidad	Fundamentos de Publicidad	Comportamiento del consumidor	Creatividad e Innovación	Inteligencia Emocional	OPTATIVA	Costos, presupuestos y fijación de precios
Fundamentos de Mercadotecnia	Ética en la Mercadotecnia	Multiculturalidad y consumo online	Mix de Comunicación Digital	Medios BTL	Logística y Distribución en Ventas Electrónicas	OPTATIVA	OPTATIVA
Tecnologías de la Información y la Comunicación	Herramientas Digitales	Estadística I	Estadística II	Lengua Extranjera I	Lengua Extranjera II	Lengua Extranjera III	Lengua Extranjera IV
	Legislación en medios digitales	Segmentación de Mercado	Administración de las Ventas en Mercados Digitales	e-Business			
Proyecto I: Diagnóstico situacional de mercadotecnia digital	Proyecto II: Análisis del Micro y Macroentorno Digital	Proyecto III: Análisis del Consumidor Digital	Proyecto IV: Investigación Cuantitativa de Mercados	Proyecto V: Investigación Cualitativa de Mercados	Proyecto VI: <i>Branding y Posicionamiento Online</i>	Proyecto VII: <i>Social Media & Community Management</i>	Proyecto VIII: Plan de Mercadotecnia Digital

ÁREA DE FORMACIÓN BÁSICA COMÚN

ÁREA DE FORMACIÓN PARTICULAR OBLIGATORIA

ÁREA DE FORMACIÓN ESPECIALIZANTE OBLIGATORIA

ÁREA DE FORMACIÓN OPTATIVA ABIERTA