



PROCEDIMIENTO, MODALIDADES Y BASES DE TITULACIÓN

Licenciatura en Mercadotecnia Digital



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

Índice

I. DISPOSICIONES GENERALES	2
II. MODALIDADES Y OPCIONES DE TITULACIÓN	2
III. BASES PARA LA TITULACIÓN POR MODALIDAD	4
A. Desempeño Académico Sobresaliente	4
• Excelencia Académica	4
• Titulación por Promedio.....	4
B. Producción de Materiales Educativos.....	4
• Guías comentadas o ilustradas	4
• Paquete didáctico.....	6
• Propuesta pedagógica	7
C. Investigación y Estudios de Posgrado	9
• Cursos o créditos de Maestría o Doctorado.....	9
• Seminario de Investigación	10
• Seminario de Titulación.....	10
• Diseño, rediseño de equipo o desarrollo tecnológico	11
• Trabajo Monográfico de Actualización	13
D. Exámenes.....	15
• Examen global teórico - práctico.....	15
• Examen global teórico	16
• Examen general de certificación profesional	16
• Examen de capacitación profesional o técnico profesional.....	16
• Réplica verbal o por escrito.....	16
E. Tesis, Tesina e Informes.....	16
• Tesis	16
• Tesina.....	18
• Informe de Prácticas Profesionales.....	20
• Informe del Servicio Social	21
IV. EXAMEN PROFESIONAL.....	23
V. PROCEDIMIENTO DE TITULACIÓN.....	26
VI. DUDAS E INFORMES.....	27



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

I. Disposiciones Generales

El presente documento tiene como propósito establecer los procedimientos, modalidades y bases, que deberán observarse para la titulación a nivel licenciatura, de conformidad con lo estipulado en el Reglamento General de Titulación de la Universidad de Guadalajara y el Reglamento de Titulación del Sistema de Universidad Virtual.

II. Modalidades y opciones de titulación

De acuerdo con los reglamentos antes mencionados, el Comité de Titulación de la Licenciatura en Mercadotecnia Digital reconoce como modalidades (opciones genéricas) y opciones específicas de titulación las siguientes:

Modalidad (opción genérica)	Opción específica
Desempeño académico sobresaliente	<ul style="list-style-type: none">• Excelencia Académica• Titulación por Promedio
Producción de Materiales Educativos	<ul style="list-style-type: none">• Guías comentadas o ilustradas• Paquete didáctico• Propuesta pedagógica
Investigación y Estudios de Posgrado	<ul style="list-style-type: none">• Cursos o créditos de Maestría o Doctorado• Seminario de Investigación• Seminario de Titulación• Diseño, rediseño de equipo o desarrollo tecnológico• Trabajo Monográfico de Actualización
Exámenes	<ul style="list-style-type: none">• Examen global teórico – práctico• Examen global teórico• Examen general de certificación profesional• Examen de capacitación profesional o técnico profesional• Réplica verbal o por escrito
Tesis, Tesina e Informes	<ul style="list-style-type: none">• Tesis• Tesina• Informe de Prácticas Profesionales• Informe del Servicio Social

De las diferentes modalidades antes enlistadas, se especifica enseguida, cuáles de ellas requieren un registro (solicitud previa) por parte del egresado al Comité de Titulación para la aprobación de su modalidad y proyecto respectivo.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

Modalidad	¿Requiere registro previo?
<i>Desempeño académico sobresaliente</i>	
Excelencia Académica	X
Titulación por Promedio	X
<i>Producción de Materiales Educativos</i>	
Guías comentadas o ilustradas	✓
Paquete didáctico	✓
Propuesta pedagógica	✓
<i>Investigación y Estudios de Posgrado</i>	
Cursos o créditos de Maestría o Doctorado	✓
Seminario de Investigación	✓
Seminario de Titulación	✓
Diseño, rediseño de equipo o desarrollo tecnológico	✓
Trabajo Monográfico de Actualización	✓
<i>Exámenes</i>	
Examen global teórico – práctico	✓
Examen global teórico	✓
Examen general de certificación profesional	✓
Examen de capacitación profesional o técnico profesional	✓
Réplica verbal o por escrito	✓
<i>Tesis, Tesina e Informes</i>	
Tesis	✓
Tesina	✓
Informe de Prácticas Profesionales	✓
Informe del Servicio Social	✓

En el caso de las modalidades que requieren registro previo, se debe entregar el [Formato de Registro de Modalidad](#) a la Coordinación de Carrera (vía correo electrónico), mismo que será revisado por el Comité de Titulación, y posteriormente se notificará sobre la resolución de la solicitud al interesado.

NOTA 1: para las modalidades de *Tesis, Tesina e Informes*; dicho formato debe ser acompañado de un [protocolo del proyecto](#).

NOTA 2: para las modalidades de *Producción de Materiales Educativos*, así como para las opciones específicas de *Diseño, rediseño de equipo o desarrollo tecnológico* y *Trabajo Monográfico de Actualización*, el egresado debe entregar un [documento descriptivo del trabajo](#) que planifica y propone realizar.

A continuación, se expondrán las características de cada modalidad para la obtención del título de **Licenciado(a) en Mercadotecnia Digital de la Universidad de Guadalajara** y en específico se detallan los lineamientos de los trabajos recepcionales.



III. Bases para la titulación por modalidad

Las bases y requisitos para acreditar cada modalidad y opción específica de titulación, son:

A. Desempeño Académico Sobresaliente

Excelencia Académica: es la obtención automática de un promedio global mínimo de 95 (noventa y cinco), sin que haya reprobado más del 10% (diez por ciento) de las asignaturas totales del plan de estudios correspondiente.

Titulación por Promedio: esta modalidad permite la obtención automática del título por haber obtenido un promedio global mínimo de 90 (noventa), sin haber reprobado ninguna de las asignaturas del plan de estudios correspondiente.

B. Producción de Materiales Educativos

Guías comentadas o ilustradas: son documentos pedagógicos, de carácter orientador, cuyo objetivo es facilitar el proceso de enseñanza aprendizaje con base en el diseño de técnicas, manuales, programas y procedimientos para el apoyo de contenidos disciplinarios de un programa específico de curso o asignatura. Estos pueden ser: textos, prototipos didácticos, audiovisuales, o instructivos para prácticas de laboratorio y taller.

La estructura básica de este trabajo, es la siguiente:

Requisitos de fondo:

1. **Título:** escrito claramente y sin abreviaciones; debe indicar claramente el tipo de material específico que se producirá, no deberá exceder las 25 palabras.
2. **Justificación:** deberá explicar por qué se requiere o propone el desarrollo de este material. La información será clara, específica y el proyecto viable de ser realizado.

En este punto también debe indicarse claramente la asignatura del plan de estudios al que se aplicará el proyecto y puede señalar los motivos por los que se optó por esta modalidad de titulación.

3. **Objetivos** (general y específicos): exponiendo los logros que se desean cumplir con la realización de los materiales, deben ser al menos un objetivo general y tres particulares, redactados mediante las características S.M.A.R.T.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

4. **Alcance del proyecto:** indicar todos aquellos procesos o elementos del curso que se verán afectados por la propuesta.
5. **Marco teórico y conceptual:** consta de toda la información que ayuda a dar sustento metodológico, teórico y conceptual a la propuesta del proyecto.
6. **Recursos requeridos:** indicar los recursos (materiales, humanos, tecnológicos, etc.) que serán necesarios en la realización del proyecto.
7. **Cronograma:** a través de un gráfico de Gantt se debe mostrar la programación de actividades a desarrollar en el proyecto.
8. **Conclusiones:** exponer los hallazgos o resultados obtenidos a partir del desarrollo / aplicación del proyecto, enfocados en el cumplimiento de los objetivos planteados.
9. **Bibliografía:** listado de referencias de fuentes de información consultadas y utilizadas a lo largo del proyecto.
10. **Anexos:** información de apoyo (en caso de ser necesaria) como; tablas de datos, glosario, listados de gran tamaño, etc.

Requisitos de forma:

- A. **Portada** de identificación.
- B. Índice de contenido: listado de los puntos que se incluyen en el documento completo.
- C. Puede presentarse en formato impreso y digital con una extensión entre 50 y 70 cuartillas a doble espacio en caso de ser solo documento (*guía comentada*). Para los audiovisuales (*guía ilustrada*) la extensión deberá tener una duración entre 15 y 35 minutos y el documento que lo acompañe deberá tener entre 30 y 50 cuartillas.
- D. **Carta con el visto bueno del tutor del proyecto**, donde expone que el documento está listo para revisión del Comité de Titulación.

NOTA: Para solicitar esta modalidad, el egresado deberá presentar un **documento descriptivo del trabajo** al Comité de Titulación de la LMD.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

Paquete didáctico: es el producto de una investigación educativa cuyo resultado es un material que tiene como función principal servir de apoyo didáctico para una disciplina específica.

La estructura básica de este trabajo, es la siguiente:

Requisitos de fondo:

1. **Título:** escrito claramente y sin abreviaciones, no deberá exceder las 25 palabras.
2. **Resumen:** describir lo realizado en el documento en no más de una cuartilla. La versión definitiva de este resumen sólo puede elaborarse una vez que se haya concluido y avalado el documento en su versión final.
3. **Justificación:** deberá explicar por qué se requiere o propone el desarrollo de esta investigación. La información será clara, específica y el proyecto viable de ser realizado.

En este punto también debe indicarse claramente la asignatura del plan de estudios al que se aplicará el proyecto y puede señalar los motivos por los que se optó por esta modalidad de titulación.

4. **Objetivos** (general y específicos): exponiendo los logros que se desean cumplir con la realización del paquete didáctico, deben ser al menos un objetivo general y tres particulares, redactados mediante las características S.M.A.R.T.
5. **Alcance del proyecto:** indicar todos aquellos procesos o elementos del curso que se verán afectados por la propuesta.
6. **Marco teórico y conceptual:** consta de toda la información que ayuda a dar sustento metodológico, teórico y conceptual a la propuesta del proyecto.
7. **Hipótesis:** son los planteamientos de las presuposiciones hechas a partir de la información del marco teórico y conceptual, relacionadas con el problema y objetivos del proyecto.
8. **Metodología:** incluye todos los instrumentos que coadyuvan a validar la(s) hipótesis planteada(s), pueden ser técnicas o herramientas tanto cuantitativas como cualitativas.
9. **Análisis de la información:** es la interpretación de la información obtenida a partir de los instrumentos y técnicas metodológicas.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

10. Conclusiones: exponer los hallazgos o resultados obtenidos a partir del desarrollo / aplicación del proyecto, enfocados en el cumplimiento de los objetivos y la validación de las hipótesis planteadas.

11. Bibliografía: listado de referencias de fuentes de información consultadas y utilizadas a lo largo del proyecto.

12. Anexos: información de apoyo (en caso de ser necesaria) como; tablas de datos, glosario, listados de gran tamaño, etc.

Requisitos de forma:

- A. Portada de identificación.
- B. Índice de contenido: listado de los puntos que se incluyen en el documento completo.
- C. Puede presentarse en formato impreso y digital con una extensión entre 30 y 50 cuartillas.
- D. Carta con el visto bueno del tutor del proyecto, donde expone que el documento está listo para revisión del Comité de Titulación.

NOTA: Para solicitar esta modalidad, el egresado deberá presentar un documento descriptivo del trabajo al Comité de Titulación de la LMD.

Propuesta pedagógica: consiste en la fundamentación de un proyecto en el que se presente alguna innovación en el campo pedagógico. Puede estar referida a aspectos teóricos, metodológicos, instrumentales, de contenido, de organización escolar, etc.

Considerando el modo en que han sido planteados los cursos, la propuesta pedagógica debe ser el resultado lógico de su proceso; parte de la situación docente que se problematiza y culmina con la formulación y puesta en práctica de la propuesta.

La estructura básica de este trabajo, es la siguiente:

Requisitos de fondo:

1. Título: escrito claramente y sin abreviaciones, no deberá exceder las 25 palabras.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

2. Resumen: describir lo realizado en el documento en no más de una cuartilla. La versión definitiva de este resumen sólo puede elaborarse una vez que se haya concluido y avalado el documento en su versión final.

3. Justificación: razones que justifiquen la selección del problema para intervenir mediante una propuesta pedagógica. La información será clara, específica y el proyecto viable de ser realizado.

Este apartado debe integrar la problematización y contextualización del fenómeno, así como la delimitación espacial y temporal del mismo.

4. Objetivos (general y específicos): deben ser al menos un objetivo general y tres particulares, redactados mediante las características S.M.A.R.T.

5. Alcance del proyecto: indicar todos aquellos procesos o elementos que se verán afectados por la propuesta.

6. Marco teórico y conceptual: consta de toda la información que ayuda a dar sustento metodológico, teórico y conceptual a la propuesta del proyecto.

7. Hipótesis: son los planteamientos de las presuposiciones hechas a partir de la información del marco teórico y conceptual, relacionadas con el problema y objetivos del proyecto.

8. Metodología: incluye todos los instrumentos que coadyuvan a validar la(s) hipótesis planteada(s), pueden ser técnicas o herramientas tanto cuantitativas como cualitativas.

9. Análisis de la información: es la interpretación de la información obtenida a partir de los instrumentos y técnicas metodológicas.

10. Conclusiones: exponer los hallazgos o resultados obtenidos a partir del desarrollo / aplicación del proyecto, enfocados en el cumplimiento de los objetivos y la validación de las hipótesis planteadas.

11. Bibliografía: listado de referencias de fuentes de información consultadas y utilizadas a lo largo del proyecto.

12. Anexos: información de apoyo (en caso de ser necesaria) como; tablas de datos, glosario, listados de gran tamaño, etc.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

Requisitos de forma:

- A. [Portada](#) de identificación.
- B. Índice de contenido: listado de los puntos que se incluyen en el documento completo.
- C. Puede presentarse en formato impreso y digital con una extensión entre 40 y 60 cuartillas.
- D. [Carta con el visto bueno del tutor del proyecto](#), donde expone que el documento está listo para revisión del Comité de Titulación.

NOTA: Para solicitar esta modalidad, el egresado deberá presentar un [documento descriptivo del trabajo](#) al Comité de Titulación de la LMD.

C. Investigación y Estudios de Posgrado

Cursos o créditos de Maestría o Doctorado: consiste en la recuperación de la experiencia y conocimientos de los estudios de posgrado, vinculando dicho proceso con las necesidades o problemáticas de la licenciatura donde se aspira a titular.

Para poder solicitar esta modalidad, se deben cubrir los siguientes requisitos:

- Los créditos o cursos de posgrado deberán ser cursados posteriormente a la fecha de que el egresado tenga la categoría de pasante, por lo que no se considerarán estudios de manera retroactiva.
- Haber cursado al menos el 50% de los créditos del programa de posgrado acreditándolos con un promedio mínimo de 80.
- El posgrado en cuestión deberá ser de alguna disciplina relacionada con el campo profesional de la Licenciatura en Mercadotecnia Digital y de reconocido prestigio, así como tener una duración mínima de dos años.
- El posgrado a elegir, no deberá solicitar como requisito para su aspiración e ingreso, el título de Licenciatura (no aplican los posgrados de la Universidad de Guadalajara).

NOTA: se sugiere remitir previamente a la Coordinación de la LMD, al menos 3 posibilidades de estudios de posgrado de otras Universidades, para su revisión y aprobación preliminar por parte del Comité de Titulación de la LMD.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

Seminario de Investigación: consiste en trabajos que, siendo elaborados en forma individual o colectiva, describen, caracterizan o coadyuvan preferentemente a la solución de problemas técnicos y sociales concretos.

En todo caso, se tratará de una propuesta original que fundamente, en lo teórico y en la práctica, un trabajo completo de investigación correspondiente con los objetos de estudio a que se refieren los programas académicos de la Escuela o el Centro Universitario respectivos.

Esta modalidad puede ser aplicada para aquellos egresados que realizaron la publicación de algún trabajo de investigación dentro de cualquiera de las siguientes posibilidades:

- Libro (con ISBN)
- Capítulo en libro (con ISBN)
- Artículo de investigación en revista arbitrada y/o indizada (con ISSN)
- Memorias de investigación (con arbitraje)

NOTA: para optar por esta modalidad de titulación, el egresado deberá exponer previamente a la Coordinación de la LMD, enviando una copia del producto de investigación realizado para revisión. Si esta modalidad fuera de interés del egresado, pero no ha realizado la investigación como tal, puedes comentarlo con la Coordinación de la LMD para dialogar sobre la viabilidad y acompañamiento requerido.

Seminario de Titulación: Consta de una serie de reuniones en las que durante un breve período (de tres a seis meses), se establece una metodología general y técnicas específicas de trabajo, que permiten al pasante la presentación de productos documentales.

A partir de la participación del egresado en un curso en el que contará con un asesor que le guiará a lo largo del proceso metodológico, se realiza la intervención ante una situación problemática relacionada con el área de desempeño profesional y con el campo disciplinar de la Mercadotecnia; con el fin de generar una solución a la problemática planteada.

NOTA: se sugiere partir de la base del Producto Integrador de la materia “Proyecto V” (Investigación Cualitativa de Mercados), mismo que servirá como insumo para pulir su redacción y fundamentación a lo largo del seminario. Al aprobar con mínimo 80 este seminario, se extenderá una constancia que servirá como evidencia para validar la modalidad.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

Diseño, rediseño de equipo o desarrollo tecnológico: el egresado tendrá que entregar un trabajo escrito en donde especifique planos, cálculos, circuitos, etc. implicados en su trabajo, el cual tiene que poseer como característica fundamental, ser satisfactor de una necesidad técnica o humana.

Se entiende por rediseño la reparación mayor o la modificación de un elemento del equipo, aparato o maquinaria que tienda a corregir su diseño original y que a su vez conserve su funcionamiento básico, logrando con esto un impacto económico industrial.

Esta modalidad es viable para aquellos egresados que su campo de aplicación profesional está relacionado con el diseño o rediseño de productos, evidenciando todo el proceso desde la identificación de la problemática, la captación de información del mercado meta, la metodología utilizada para el prototipado de la solución, así como los resultados de la misma.

La estructura básica de este trabajo, es la siguiente:

Requisitos de fondo:

1. **Título:** escrito claramente y sin abreviaciones, no deberá exceder las 25 palabras.
2. **Resumen / Abstract:** describir lo realizado en el documento en media cuartilla. La versión definitiva de este resumen sólo puede elaborarse una vez que se haya concluido y avalado el documento en su versión final. Debe exponerse en español y en inglés.
3. **Justificación:** razones que justifiquen la selección del problema para intervenir mediante una propuesta pedagógica. La información será clara, específica y el proyecto viable de ser realizado.

Este apartado debe integrar la problematización y contextualización del fenómeno, así como la delimitación espacial y temporal del mismo.

4. **Objetivos** (general y específicos): deben ser al menos un objetivo general y tres particulares, redactados mediante las características S.M.A.R.T.
5. **Alcance del proyecto:** indicar todos aquellos procesos o elementos que se verán afectados por la propuesta.
6. **Marco teórico y conceptual:** consta de toda la información que ayuda a dar sustento metodológico, teórico y conceptual a la propuesta del proyecto.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

7. **Metodología:** incluye todos los instrumentos que coadyuvan a validar la(s) hipótesis planteada(s), pueden ser técnicas o herramientas tanto cuantitativas como cualitativas.
8. **Descripción de la propuesta de solución:** expone todas las características del producto y cómo se rediseño a partir de la información obtenida por parte del mercado. Debe añadirse toda la descripción del proceso de prototipado y su validación en el mercado meta.
9. **Conclusiones:** exponer los hallazgos o resultados obtenidos a partir del desarrollo / aplicación del proyecto, enfocados en el cumplimiento de los objetivos y la validación de las hipótesis planteadas. Es necesario exponer las limitaciones de los resultados obtenidos en el prototipado.
10. **Bibliografía:** listado de referencias de fuentes de información consultadas y utilizadas a lo largo del proyecto.
11. **Anexos:** información de apoyo (en caso de ser necesaria) como; tablas de datos, glosario, listados de gran tamaño, etc.

Requisitos de forma:

- A. **Portada** de identificación.
- B. Índice de contenido: listado de los puntos que se incluyen en el documento completo.
- C. Puede presentarse en formato impreso y digital con una extensión entre 40 y 50 cuartillas.
- D. **Carta con el visto bueno del tutor del proyecto**, donde expone que el documento está listo para revisión del Comité de Titulación.

NOTA: Para solicitar esta modalidad, el egresado deberá presentar un **documento descriptivo del trabajo** al Comité de Titulación de la LMD.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

Trabajo Monográfico de Actualización: es el estudio o publicación que presenta una visión global e integradora de los contenidos informativos propios de una profesión o campo profesional.

Se traduce en documentos prácticos para orientadores profesionales y deben contener datos sistemáticos tendientes a la constante actualización de materiales y métodos implementados en una carrera o área específica de conocimiento del propio currículum académico del respectivo plan de estudios.

Este documento integra la experiencia profesional aplicada en tus materias de:

- Proyecto VI (Branding y Posicionamiento Online)
- Proyecto VII (Social Media & Community Management)
- Proyecto VIII (Plan de Marketing Digital)

Este producto debe exponer una narrativa consistente y congruente sobre una necesidad y problema evidente de parte de la organización, mismo que pueda ser abordado desde el campo profesional del Marketing Digital; así como las propuestas de mejora y los resultados obtenidos a partir de su aplicación.

La estructura básica de este trabajo, es la siguiente:

Requisitos de fondo:

1. **Título:** escrito claramente y sin abreviaciones, no deberá exceder las 25 palabras.
2. **Diagnóstico inicial de la organización:** utilizando un Sistema de Información de Marketing (SIM) para exponer todos los datos que permitan exponer la situación actual de la organización.
3. **Análisis de marca:** se debe integrar la USP (Propuesta Única de Venta) y la Propuesta de valor.
4. **Target** (Público Objetivo): el cual debe ser caracterizado utilizando las herramientas del Buyer Persona, Funnel Estratégico, Buyer Journey.
5. **Benchmarking:** análisis de la competencia, tanto en productos / servicios, posicionamiento de marca, presencia en medios digitales, etc.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

6. Objetivos (general y específicos): deben ser al menos un objetivo general y tres particulares, redactados mediante las características S.M.A.R.T.
7. Pilares de comunicación: a partir del diagnóstico, análisis interno y objetivos de la marca, se definen los pilares de comunicación de la misma.
8. Cronograma de trabajo: se expone en un diagrama de Gantt, la programación general de las actividades y trabajo a realizar en el proyecto.
9. Diseño operativo del proyecto: se determina la estrategia, canales y herramientas a utilizar, así como los recursos para el logro de los objetivos planteados. Estas pueden ser:
 - a. Sitio web y blog
 - b. Content Marketing
 - c. Email marketing
 - d. Posicionamiento SEO / SEM
 - e. Social Media
10. Filtros editoriales: una vez determinada la estrategia, los canales y las herramientas de comunicación digital; se definen los filtros editoriales, los cuales deben ser congruentes con los pilares de comunicación de la marca.
11. Flujo de distribución: incluye el calendario y el flujo de contenidos publicados, evidenciando los materiales multimedia diseñados para cada uno de ellos. Se deben añadir capturas de pantalla donde se muestre claramente el uso de cada una de las herramientas de comunicación digital. El tiempo evidenciado del calendario y flujo puede ser entre 3 a 6 meses.
12. Costos y presupuestos: definir los costos de las campañas y acciones realizadas, así como el presupuesto general del proyecto.
13. Métricas y monitoreo: integrar el reporte de las métricas (KPI's) utilizadas, justificando su utilización de acuerdo a los canales de comunicación y objetivos de marca.
14. Optimización: a partir de los resultados de las métricas como mecanismo de evaluación del proyecto, establecer los ajustes o modificaciones realizadas para la optimización y logro de los objetivos planteados.
15. Conclusiones: exponer los hallazgos o resultados obtenidos a partir del desarrollo / aplicación del proyecto, enfocados en el cumplimiento de los objetivos planteados.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

16. Bibliografía: listado de referencias de fuentes de información consultadas y utilizadas a lo largo del proyecto.

17. Anexos: información de apoyo (en caso de ser necesaria) como; tablas de datos, glosario, listados de gran tamaño, etc.

18. Presentación ejecutiva: exposición en video sobre los puntos clave del proyecto; debe ser realizada de manera profesional como un ejercicio de difusión al personal de la organización que toma decisiones.

Requisitos de forma:

- A. Portada de identificación.
- B. Índice de contenido: listado de los puntos que se incluyen en el documento completo.
- C. Puede presentarse en formato impreso y digital con una extensión entre 50 y 70 cuartillas.
- D. Carta con el visto bueno del tutor del proyecto, donde expone que el documento está listo para revisión del Comité de Titulación.
- E. La presentación ejecutiva no debe durar más de 20 minutos, utilizando material de apoyo visualmente atractivo, con un lenguaje fluido y que demuestre el dominio de la información expuesta. El video se compartirá en formato .mp4 en memoria USB o mediante link de alguna herramienta de almacenamiento online.

NOTA: Para solicitar esta modalidad, el egresado deberá presentar un documento descriptivo del trabajo al Comité de Titulación de la LMD.

D. Exámenes

Examen global teórico - práctico: este examen consiste en cursar una serie de módulos de actualización disciplinar relacionados con temas avanzados de Marketing Digital aplicados a su quehacer profesional; la modalidad se dará por aprobada al obtener una calificación mínima de 80 de promedio general de los diversos módulos y habiendo aprobado todos y cada uno de ellos con mínimo 60.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

Examen global teórico: consiste en un examen de opción múltiple enfocado a conceptos y casos relacionados con las asignaturas cursadas a lo largo de la Licenciatura; la calificación mínima aprobatoria de este examen es de 80, el sustentante tiene hasta un máximo de dos oportunidades para aprobarlo. La temporalidad de aplicación para la segunda oportunidad queda a consideración del Comité de Titulación de la LMD, de acuerdo al puntaje obtenido en la primera aplicación.

Examen general de certificación profesional: este examen pretende establecer en qué medida los pasantes de las licenciaturas para las cuales el Centro Nacional de Evaluación de la Educación Superior (CENEVAL) cuenta con exámenes generales de certificación, acreditan el puntaje y el nivel académico de excelencia, de acuerdo con los parámetros definidos por el Centro.

Examen de capacitación profesional o técnico profesional: Es la defensa o réplica oral de un trabajo de investigación documental o de campo que el pasante sustenta frente a un jurado, y el cual suele versar sobre el conjunto de asignaturas o campos del conocimiento que conforman la curricula de su carrera.

Réplica verbal o por escrito: es la argumentación que realiza el sustentante respecto de un tema específico que versará sobre el conjunto de materias del plan de estudios o sobre aspectos básicos del quehacer profesional específico.

NOTA: Para conocer más detalles sobre estas opciones de titulación, comunicarse directamente con la Coordinación de la LMD.

E. Tesis, Tesina e Informes

Tesis: es un trabajo de investigación inédito, que tendrá como objetivo presentar nuevos conocimientos, métodos interpretaciones sobre cualquier aspecto de una realidad social determinada. En el campo del diseño el producto final puede ser un proyecto, un prototipo o un modelo.

La problemática detectada puede referirse a cualquiera de las 4 P's de la Mercadotecnia (Marketing Mix): producto, precio, plaza, promoción; desde una perspectiva innovadora.

La estructura básica de este trabajo, es la siguiente:



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

Requisitos de fondo:

1. **Título:** escrito claramente y sin abreviaciones, no deberá exceder las 25 palabras.
2. **Resumen / Abstract:** describir lo realizado en el documento en media cuartilla. La versión definitiva de este resumen sólo puede elaborarse una vez que se haya concluido y avalado el documento en su versión final. Debe exponerse en español y en inglés.
3. **Justificación:** este apartado debe integrar la problematización y contextualización del fenómeno, así como la delimitación espacial y temporal del mismo.
4. **Preguntas, objetivos (general y específicos) e hipótesis de investigación**
5. **Marco teórico y conceptual:** consta de toda la información que ayuda a dar sustento metodológico, teórico y conceptual.
6. **Metodología:** incluye todos los instrumentos que coadyuvan a validar la(s) hipótesis planteada(s), pueden ser técnicas o herramientas tanto cuantitativas como cualitativas.
7. **Análisis e interpretación de resultados:** consiste en la redacción de los resultados obtenidos a partir de las metodologías, técnicas e instrumentos de investigación aplicados. Deben ser congruentes y relacionados con los objetivos, preguntas e hipótesis de investigación.
8. **Conclusiones y recomendaciones:** exponer los hallazgos o resultados obtenidos, así como las recomendaciones brindadas a partir de dichos hallazgos. Se deben incluir las limitaciones de los resultados obtenidos.
9. **Bibliografía:** listado de referencias de fuentes de información consultadas y utilizadas a lo largo del proyecto.
10. **Anexos:** información de apoyo (en caso de ser necesaria) como; tablas de datos, glosario, listados de gran tamaño, etc.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

Requisitos de forma:

- A. [Portada](#) de identificación.
- B. Índice de contenido: listado de los puntos que se incluyen en el documento completo.
- C. Puede presentarse en formato impreso y digital con una extensión entre 80 y 100 cuartillas.
- D. [Carta con el visto bueno del Director del proyecto](#), donde expone que el documento cumple con las condiciones para proceder a revisión de sinodales.

NOTA: Para solicitar esta modalidad, el egresado deberá presentar un [protocolo del proyecto](#) al Comité de Titulación de la LMD.

Tesina: es un trabajo monográfico que presenta una visión global e integradora de los contenidos informativos propios de una profesión o campo profesional.

Se traduce en documentos prácticos para orientadores profesionales y deben contener datos sistematizados tendientes a la constante actualización de materiales y métodos implementados en una carrera o área específica de conocimiento del propio currículum académico del respectivo plan de estudios.

Este documento puede ser funcional para documentar un fenómeno o problema detectado en una organización, en una actividad o tarea específica y estratégica desde el campo de la profesión; por ejemplo: transformación digital del área de ventas, modificación de procesos logísticos, branding o rebranding de la organización, etc.

La estructura básica de este trabajo, es la siguiente:

Requisitos de fondo:

1. **Título:** escrito claramente y sin abreviaciones, no deberá exceder las 25 palabras.
2. **Resumen / Abstract:** describir lo realizado en el documento en media cuartilla. La versión definitiva de este resumen sólo puede elaborarse una vez que se haya concluido y avalado el documento en su versión final. Debe exponerse en español y en inglés.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

3. **Justificación:** este apartado debe integrar la problematización y contextualización del fenómeno, así como la delimitación espacial y temporal del mismo.
4. **Objetivos (general y específicos)**
5. **Marco de referencia:** bases teóricas y conceptuales generales que ayudan a dar sustento a la propuesta.
6. **Metodología:** incluye todos los instrumentos que coadyuvan a validar la(s) hipótesis planteada(s), pueden ser técnicas o herramientas tanto cuantitativas como cualitativas.
7. **Análisis de resultados:** consiste en la redacción de los resultados obtenidos a partir de las metodologías, técnicas e instrumentos de investigación aplicados. Deben ser congruentes y relacionados con los objetivos de investigación.
8. **Conclusiones:** exponer los hallazgos o resultados obtenidos, incluyendo las limitaciones de los resultados obtenidos.
9. **Bibliografía:** listado de referencias de fuentes de información consultadas y utilizadas a lo largo del proyecto.
10. **Anexos:** información de apoyo (en caso de ser necesaria) como; tablas de datos, glosario, listados de gran tamaño, etc.

Requisitos de forma:

- A. **Portada** de identificación.
- B. Índice de contenido: listado de los puntos que se incluyen en el documento completo.
- C. Puede presentarse en formato impreso y digital con una extensión entre 45 y 60 cuartillas.
- D. **Carta con el visto bueno del Director del proyecto,** donde expone que el documento cumple con las condiciones para proceder a revisión de sinodales.

NOTA: Para solicitar esta modalidad, el egresado deberá presentar un **protocolo del proyecto** al Comité de Titulación de la LMD.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

Informe de Prácticas Profesionales: es el documento en que el pasante manifiesta cuáles fueron los problemas a los que se enfrentó en relación a las exigencias sociales y materiales que demanda el ejercicio de su profesión y cuáles fueron las medidas implementadas para resolverlas o intentar solucionarlas.

Para graduarse mediante esta opción, el pasante debe acreditar al menos dos años de práctica profesional. Esto se valida mediante una carta de la organización indicando la antigüedad laboral y la autorización para realizar los proyectos, así como los beneficios obtenidos a partir de su aplicación.

Este informe permite describir fielmente aquellas experiencias de trabajo adquiridas por el egresado en un tiempo determinado y que ponen de manifiesto sus conocimientos y habilidades profesionales.

Este trabajo implica la recopilación de todo lo trabajo a lo largo de las 8 materias de proyecto, para integrar y presentar un portafolio de experiencia profesional, exponiendo claramente las metodologías, técnicas y herramientas vistas y aprendidas a lo largo de la Licenciatura, y su aplicación real en los proyectos profesionales.

La estructura básica de este trabajo, es la siguiente:

Requisitos de fondo:

1. **Título:** escrito claramente y sin abreviaciones, no deberá exceder las 25 palabras.
2. **Resumen / Abstract:** describir lo realizado en el documento en media cuartilla. La versión definitiva de este resumen sólo puede elaborarse una vez que se haya concluido y avalado el documento en su versión final. Debe exponerse en español y en inglés.
3. **Justificación:** este apartado debe integrar la problematización y contextualización del fenómeno, así como la delimitación espacial y temporal del mismo.

En este punto, también se añade la explicación de las funciones y atribuciones del cargo bajo el que realizó la práctica profesional.

4. **Objetivos:** describir los logros potenciales que guiaron todo el desarrollo de los proyectos para potenciar a la organización.
5. **Estrategias y actividades desarrolladas:** indicar todas las acciones estratégicas diseñadas y aplicadas en la práctica.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

6. Metodologías, técnicas y herramientas utilizadas: incluye todas aquellas metodologías, técnicas y herramientas aprendidas a lo largo de la carrera y que fueron aplicadas en las acciones estratégicas antes descritas.
7. Resultados: consiste en la redacción de los resultados obtenidos a partir de las acciones estratégicas aplicadas, deben validarse mediante información cuantitativa de evaluación.
8. Recomendaciones: exponer las recomendaciones brindadas a la organización a partir de dichos hallazgos. Se pueden incluir también las recomendaciones al programa educativo para la actualización o mejora de los contenidos del plan de estudios a partir de la experiencia profesional.
9. Bibliografía: listado de referencias de fuentes de información consultadas y utilizadas a lo largo del proyecto.
10. Anexos: información de apoyo (en caso de ser necesaria) como; tablas de datos, glosario, listados de gran tamaño, etc.

Requisitos de forma:

- A. Portada de identificación.
- B. Índice de contenido: listado de los puntos que se incluyen en el documento completo.
- C. Puede presentarse en formato impreso y digital con una extensión entre 50 y 80 cuartillas.
- D. Carta con el visto bueno del Director del proyecto, donde expone que el documento cumple con las condiciones para proceder a revisión de sinodales.

NOTA: Para solicitar esta modalidad, el egresado deberá presentar un protocolo del proyecto al Comité de Titulación de la LMD.

Informe del Servicio Social: es el reporte que el prestador de servicio rinde con el objetivo de explicar qué conocimientos adquiridos en su formación académica aplicó y cuáles fueron los nuevos que asimiló, así como sus sugerencias para el mejor desempeño del trabajo realizado en el área de adscripción. En este proceso se recogen los resultados de la experiencia, tanto del prestador, como del lugar en que efectuó su servicio social.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

Esta modalidad es aplicable para todo egresado que realizó su servicio social en un programa cuyas actividades tuvieran relación con el campo disciplinar o pudiera aplicar las herramientas y técnicas aprendidas durante sus estudios.

La estructura básica de este trabajo, es la siguiente:

Requisitos de fondo:

1. **Título:** escrito claramente y sin abreviaciones, no deberá exceder las 25 palabras.
2. **Resumen / Abstract:** describir lo realizado en el documento en media cuartilla. La versión definitiva de este resumen sólo puede elaborarse una vez que se haya concluido y avalado el documento en su versión final. Debe exponerse en español y en inglés.
3. **Justificación:** este apartado debe integrar la problematización y contextualización de la organización en la que realizó el servicio social; añadiendo las funciones y responsabilidades llevadas a cabo durante esta actividad.
4. **Objetivos:** describir los logros potenciales que guiaron todo el desarrollo de los proyectos para potenciar a la organización.
5. **Descripción de la experiencia:** consta de toda la información que documenta las acciones realizadas en la organización receptora, así como la descripción clara de cómo se vincularon con su formación académica en la Licenciatura.
6. **Metodologías, técnicas y herramientas utilizadas:** incluye todas aquellas metodologías, técnicas y herramientas aprendidas a lo largo de la carrera y que fueron aplicadas en las acciones antes descritas.
7. **Resultados:** consiste en la redacción de los resultados obtenidos a partir de las acciones aplicadas, deben validarse mediante información cuantitativa de evaluación.
8. **Recomendaciones:** exponer las recomendaciones brindadas a la organización a partir de dichos hallazgos. Se pueden incluir también las recomendaciones al programa educativo para la actualización o mejora de los contenidos del plan de estudios a partir de la experiencia profesional.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

9. Bibliografía: listado de referencias de fuentes de información consultadas y utilizadas a lo largo del proyecto.
10. Anexos: información de apoyo (en caso de ser necesaria) como; tablas de datos, glosario, listados de gran tamaño, etc.

Requisitos de forma:

- A. Portada de identificación.
- B. Índice de contenido: listado de los puntos que se incluyen en el documento completo.
- C. Puede presentarse en formato impreso y digital con una extensión entre 40 y 70 cuartillas.
- D. Carta con el visto bueno del Director del proyecto, donde expone que el documento cumple con las condiciones para proceder a revisión de sinodales.

NOTA: Para solicitar esta modalidad, el egresado deberá presentar un protocolo del proyecto al Comité de Titulación de la LMD.

Todas las opciones de esta modalidad (Tesis, Tesina e Informes) deberán ser sustentadas ante un jurado y el sustentante deberá replicar a las observaciones de los miembros del jurado.

Revisa a continuación en qué consiste dicho examen profesional y el protocolo correspondiente para llevarse a cabo.

IV. Examen Profesional

Es la presentación por parte del sustentante de una breve y explícita exposición de su trabajo ante un jurado, mismo que pueden realizar preguntas al sustentante acerca del trabajo que fue expuesto.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

Para la entrega del trabajo recepcional:

Enviar por correo electrónico el documento en su versión final, de acuerdo a las siguientes características de forma:

- Portada con los datos del Proyecto, (solicitar a la Coordinación la portada establecida).
- -El tamaño del tipo de letra debe ser Arial 12 pts. o Times New Roman 12 pts.
- -El texto debe estar escrito en mayúsculas y minúsculas. Sólo los títulos pueden ir en mayúsculas.
- -Los márgenes son los que da por default la computadora:
 - o superior e izquierdo iguales (3 cm.)
 - o inferior y derechos iguales (2 cm.)
- Interlineado de 1.5 puntos
- Agradecimientos o dedicatorias (opcional).
- Cuerpo del proyecto final (índice, contenido, conclusiones).
- Bibliografía (conforme a las normas APA, versión actualizada)
- Anexos (conforme a las normas APA, versión actualizada)

Para la defensa del trabajo recepcional:

Preparar la presentación de la siguiente forma:

- Usar un mínimo de 10 diapositivas y un máximo de 15 para exponer los puntos esenciales y más relevantes del proyecto.
- Evitar poner ciertos efectos en la presentación que distraigan la atención de la información central y de la exposición.
- Para la presentación de números y estadísticos es recomendable elaborar diagramas, esquemas o gráficas.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

- Apoyarse de mapas conceptuales, mapas mentales, cuadros sinópticos, nubes de palabras u otras herramientas cualitativas, para de esa manera no exponer texto continuo y lograr una presentación ágil de la información.
- El tiempo disponible para hacer la presentación/examen es de entre 30 a 40 minutos, se sugiere realizar ensayos previos para tener una adecuada medición y uso de los tiempos.
- Elaborar fichas o apoyarse de notas. Es muy importante tener tranquilidad y demostrar seguridad del proyecto realizado.
- Acudir 20 minutos antes de la hora citada para revisar previamente, todos los detalles de la presentación.

Protocolo de Examen Profesional

El desarrollo de un examen profesional se lleva conforme la siguiente agenda:

1. El Jurado de Sinodales y el Sustentante hacen acto de presencia, puntualmente y con formalidad debida, en el lugar asignado para el examen profesional.
2. El presidente del Jurado solicita al Sustentante que se ausente un momento, para revisar la documentación correspondiente al examen profesional.
3. El presidente del Jurado declara el inicio del evento, presenta al Sustentante, indica el tema sobre el que versará fundamentalmente el examen, y describe el procedimiento a seguir.
4. El Sustentante realiza una breve y explícita exposición de su trabajo en un tiempo máximo de 40 minutos.
5. Los Sinodales proceden a preguntar fundamentalmente acerca del trabajo que fue expuesto.
6. Una vez terminados los cuestionamientos, el presidente del Jurado le pide al sustentante y a sus invitados que se ausenten del recinto para deliberar.
7. En ausencia del Sustentante, el Jurado delibera y emite su decisión, considerando básicamente su trayectoria académica y su desempeño en el examen, procurando no exceder de 10 minutos la deliberación.
8. En su caso, se llenan las actas, ratificando o no las menciones, así como la declaración misma en el acta de examen profesional.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

9. En presencia del Sustentante se da a conocer la decisión tomada. En caso de ser aprobado, se procede a dar lectura al acta de examen profesional y se toma la protesta al nuevo profesionista, de lo contrario, se da por suspendido el examen.
10. Se firman las actas correspondientes.
11. Se da por finalizado el acto.

V. Procedimiento de titulación

1. Para iniciar el trámite de titulación es necesario:
 - No contar con adeudos económicos los cuales se pueden consultar en [SIIAU](#).
 - Tener el Servicio Social liberado. Para conocer más sobre el proceso de Servicio Social, hacer clic [aquí](#).
 - Tener el estatus de “Egresado” en [SIIAU](#).
2. Elegir la modalidad de titulación.
3. Integra el expediente con la siguiente documentación y presentarla en el área de titulación de UDGVirtual:
 - Copia simple del acta de nacimiento
 - Copia simple de la Carta de liberación del Servicio Social
 - 9 fotografías rectangulares tamaño credencial, blanco y negro, de estudio (medidas 3.5 X 4.5 cms)
 - [Solicitud de titulación](#) original llenada a computadora y firmarla de puño
 - Comprobante original del [pago](#) para el examen de titulación
 - Comprobante original del [pago](#) de Constancia de no Adeudo o traer la constancia original de no Adeudo si ya cuenta con ella
 - Documento que avale tu modalidad de titulación (conforme a la modalidad elegida del listado disponible en esta guía).
4. Una vez recibida la documentación, se programará fecha para la *Toma de Protesta en una Ceremonia*, misma que será notificada por correo electrónico a la dirección proporcionada en la solicitud de titulación.

NOTA: en el caso de las modalidades de *Tesis, Tesina e Informes*; la toma de protesta se realiza al finalizar y aprobar el examen recepcional.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

VI. Dudas e informes

Para mayores informes sobre la entrega del expediente y seguimiento del proceso de titulación, comunicarse con:

Socorro Mandujano Sandoval

socorro.mandujano@virtual.udg.mx

Tel. (33) 32 68 88 88 ext. 18831