



Ruta sugerida de formación (3 años)

1er. Ciclo	2o. Ciclo	3er Ciclo	4o. Ciclo	5o. Ciclo	6o. Ciclo
Fundamentos de Administración	Ética en la Mercadotecnia	Multiculturalidad y Consumo Online	Mix de Comunicación Digital	e-Business	Logística y Distribución en Ventas Electrónicas
Fundamentos de Mercadotecnia	Herramientas Digitales	Administración de las Ventas en Mercados Digitales	Medios BTL	OPTATIVA	Costos, Presupuestos y Fijación de Precios
Tecnologías de la Información y la Comunicación	Fundamentos de Publicidad	Estadística I	Estadística II	OPTATIVA	OPTATIVA
Fundamentos de Contabilidad	Legislación en Medios Digitales	Inteligencia Emocional	Creatividad e Innovación	OPTATIVA	OPTATIVA
		Segmentación de Mercado	Comportamiento del Consumidor		
		Lengua Extranjera I	Lengua Extranjera II	Lengua Extranjera III	Lengua Extranjera IV
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 VII: <i>Social Media & Community Management</i>
				Proyecto VI: <i>Branding y Posicionamiento Online</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



Ruta sugerida de formación (ideal: 4 años)

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	Inteligencia Emocional	Creatividad e Innovación	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	OPTATIVA	OPTATIVA	
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



Ruta sugerida de formación (5 años)

1er. Ciclo	2o. Ciclo	3er Ciclo	4o. Ciclo	5o. Ciclo	6o. Ciclo	7o. Ciclo	8o. Ciclo	9o. Ciclo	10o. Ciclo
Fundamentos de Administración	Fundamentos de Contabilidad	Herramientas Digitales	Comportamiento del Consumidor	Administración de las Ventas en Mercados Digitales	Creatividad e Innovación	OPTATIVA	Logística y Distribución en Ventas Electrónicas	OPTATIVA	Costos, Presupuestos y Fijación de Precios
Fundamentos de Mercadotecnia	Ética en la Mercadotecnia	Fundamentos de Publicidad	Mix de Comunicación Digital	Estadística I	Estadística II	Medios BTL	OPTATIVA	OPTATIVA	OPTATIVA
Tecnologías de la Información y la Comunicación	Legislación en Medios Digitales	Multiculturalidad y Consumo Online	Inteligencia Emocional	Segmentación de Mercado	e-Business	Lengua Extranjera I	Lengua Extranjera II	Lengua Extranjera III	Lengua Extranjera IV
	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



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

PROGRAMACIÓN DE CURSOS

CURSOS MODULARES															
MODULARES 1								MODULARES 2							
Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12	Semana 13	Semana 14	Semana 15	Semana 16
Fundamentos de Administración								Fundamentos de Mercadotecnia							
Tecnologías de la Información y la Comunicación															
Fundamentos de Contabilidad								Ética en la Mercadotecnia							
Herramientas Digitales								Legislación en Medios Digitales							
Fundamentos de Publicidad								Multiculturalidad y Consumo Online							
Estadística I								Segmentación de Mercado							
Mix de Comunicación Digital								Comportamiento del Consumidor							
Estadística II								Administración de las Ventas en Mercados Digitales							
Medios BTL								Inteligencia Emocional							
								e-Business							
Logística y Distribución en Ventas Electrónicas								Creatividad e Innovación							
Costos, Presupuestos y Fijación de Precios															

Av. Enrique Díaz de León No. 782, Col. Moderna, C.P. 44190

Guadalajara, Jalisco, México. (+52-33) 31342222 ext. 18930

www.udgvirtual.udg.mx



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

CURSOS SEMESTRALES

Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12	Semana 13	Semana 14	Semana 15	Semana 16
----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

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: *Branding y Posicionamiento Online*

PROYECTO VII: *Social Media & Community Management*

PROYECTO VIII: *Plan de Mercadotecnia Digital*

Av. Enrique Díaz de León No. 782, Col. Moderna, C.P. 44190

Guadalajara, Jalisco, México. (+52-33) 31342222 ext. 18930

www.udgvirtual.udg.mx



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA

COORDINACIÓN DE LA LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL

CURSOS SEMESTRALES

Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12	Semana 13	Semana 14	Semana 15	Semana 16
----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

OPTATIVA I

OPTATIVA II

OPTATIVA III

OPTATIVA IV

OPTATIVA V

OPTATIVA VI

OPTATIVA VII

OPTATIVA VIII

Lengua Extranjera I

Lengua Extranjera II

Lengua Extranjera III

Lengua Extranjera IV

Av. Enrique Díaz de León No. 782, Col. Moderna, C.P. 44190

Guadalajara, Jalisco, México. (+52-33) 31342222 ext. 18930

www.udgvirtual.udg.mx