



Ruta sugerida de formación (6 semestres)

1er. Ciclo	2o. Ciclo	3er Ciclo	4o. Ciclo	5o. Ciclo	6o. Ciclo
Fundamentos de Administración (Modular 1)	Estadística I (Modular 1)	Estadística II (Modular 1)	Admón. de las Ventas en Mercados Digitales (Modular 2)	Costos, Presupuestos y Fijación de Precios (Modular 1)	OPTATIVA
Fundamentos de Mercadotecnia (Modular 2)	Ética en la Mercadotecnia (Modular 2)	Fundamentos de Contabilidad (Modular 1)	Comportamiento del Consumidor (Modular 2)	Creatividad e Innovación (Modular 1)	OPTATIVA
Tec. de la Información y la Comunicación (Modular 1)	Fundamentos de Publicidad (Modular 1)	Legislación en Medios Digitales (Modular 2)	Inteligencia Emocional (Modular 2)	e-Business (Modular 2)	OPTATIVA
	Herramientas Digitales (Modular 1)	Segmentación de Mercado (Modular 2)	Medios BTL (Modular 1)	Logística y Distribución en Ventas Electrónicas (Modular 1)	OPTATIVA
	Multiculturalidad y Consumo Online (Modular 2)	OPTATIVA	Mix de Comunicación Digital (Modular 1)	OPTATIVA	OPTATIVA
			OPTATIVA		
Proyecto I: Diagnóstico Situacional de Mercadotecnia Digital	Proyecto II: Análisis del Micro y Macroentorno	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 (7 semestres)

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

1er. Ciclo	2o. Ciclo	3er Ciclo	4o. Ciclo	5o. Ciclo	6o. Ciclo	7o. Ciclo	8o. Ciclo
Fundamentos de Administración (Modular 1)	Estadística I (Modular 1)	Fundamentos de Publicidad (Modular 1)	Fundamentos de Contabilidad (Modular 1)	Costos, Presupuestos y Fijación de Precios (Modular 1)	Creatividad e Innovación (Modular 1)	Logística y Distribución en Ventas Electrónicas (Modular 1)	OPTATIVA
Fundamentos de Mercadotecnia (Modular 2)	Ética en la Mercadotecnia (Modular 2)	Estadística II (Modular 1)	Mix de Comunicación Digital (Modular 1)	e-Business (Modular 2)	Admón. de las Ventas en Mercados Digitales (Modular 2)	OPTATIVA	OPTATIVA
Tec. de la Información y la Comunicación (Modular 1)	Herramientas Digitales (Modular 1)	Inteligencia Emocional (Modular 2)	Comportamiento del Consumidor (Modular 2)	Medios BTL (Modular 1)	OPTATIVA	OPTATIVA	
	Multiculturalidad y Consumo Online (Modular 2)	Segmentación de Mercado (Modular 2)	Legislación en Medios Digitales (Modular 2)	OPTATIVA	OPTATIVA	OPTATIVA	
Proyecto I: Diagnóstico Situacional de Mercadotecnia Digital	Proyecto II: Análisis del Micro y Macroentorno	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 (9 semestres)

1er. Ciclo	2o. Ciclo	3er Ciclo	4o. Ciclo	5o. Ciclo	6o. Ciclo	7o. Ciclo	8o. Ciclo	9o. Ciclo
Fundamentos de Administración (Modular 1)	Ética en la Mercadotecnia (Modular 2)	Estadística I (Modular 1)	Comportamiento del Consumidor (Modular 2)	Admón. de las Ventas en Mercados Digitales (Modular 2)	Creatividad e Innovación (Modular 1)	Costos, Presupuestos y Fijación de Precios (Modular 1)	OPTATIVA	OPTATIVA
Fundamentos de Mercadotecnia (Modular 2)	Herramientas Digitales (Modular 1)	Fundamentos de Publicidad (Modular 1)	Estadística II (Modular 1)	Fundamentos de Contabilidad (Modular 1)	Logística y Distribución en Ventas Electrónicas (Modular 1)	e-Business (Modular 2)	OPTATIVA	OPTATIVA
Tec. de la Información y la Comunicación (Modular 1)	Multiculturalidad y Consumo Online (Modular 2)	Segmentación de Mercado (Modular 2)	Inteligencia Emocional (Modular 2)	Medios BTL (Modular 1)	Legislación en Medios Digitales (Modular 2)	OPTATIVA	OPTATIVA	OPTATIVA
		Mix de Comunicación Digital (Modular 1)				OPTATIVA		
Proyecto I: Diagnóstico Situacional de Mercadotecnia Digital	Proyecto II: Análisis del Micro y Macroentorno	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 (10 semestres)

1er. Ciclo	2o. Ciclo	3er Ciclo	4o. Ciclo	5o. Ciclo	6o. Ciclo	7o. Ciclo	8o. Ciclo	9o. Ciclo	10o. Ciclo
Fundamentos de Administración (Modular 1)	Ética en la Mercadotecnia (Modular 2)	Mix de Comunicación Digital (Modular 1)	Estadística I (Modular 1)	Comportamiento del Consumidor (Modular 2)	Creatividad e Innovación (Modular 1)	Costos, Presupuestos y Fijación de Precios (Modular 1)	Logística y Distribución en Ventas Electrónicas (Modular 1)	OPTATIVA	OPTATIVA
Fundamentos de Mercadotecnia (Modular 2)	Fundamentos de Publicidad (Modular 1)	Segmentación de Mercado (Modular 2)	Inteligencia Emocional (Modular 2)	e-Business (Modular 2)	Fundamentos de Contabilidad (Modular 1)	Admón. de las Ventas en Mercados Digitales (Modular 2)	OPTATIVA	OPTATIVA	OPTATIVA
Tec. de la Información y la Comunicación (Modular 1)	Herramientas Digitales (Modular 1)		Legislación en Medios Digitales (Modular 2)	Estadística II (Modular 1)	OPTATIVA		OPTATIVA	OPTATIVA	
	Multiculturalidad y Consumo Online (Modular 2)			Medios BTL (Modular 1)					
Proyecto I: Diagnóstico Situacional de Mercadotecnia Digital		Proyecto II: Análisis del Micro y Macroentorno	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