

- 1) Haber cumplido satisfactoriamente todas las exigencias del plan de estudios, incluyendo el Trabajo final.
- 2) Mantener el índice académico igual o mayor de ochenta -80- puntos.
- 3) No haber reprobado más de un módulo o asignatura.
- 4) No haber incurrido en falta grave.
- 5) Estar al día con el pago correspondiente a los servicios académicos.
- 6) Cumplir con todos los trámites administrativos y las normas jurídicas de la institución.

PLAN DE ESTUDIOS

6. PLAN DE ESTUDIO

MAESTRIA EN ESTRATEGIAS DE CIBERMARKETING

CODIGO 507-81

MODULO	CLAVE	ASIGNATURA	CREDITO
Propedéutico	MER-8010	Mercadeo General	00
	EST-8020	Estadísticas Aplicada a los Negocios	00

Primer Módulo	MER-8100	Introducción al Cybermarketing	2
	MER-8110	Modelos de Negocios en RED	2
	MER-8200	Conducta del Cyberconsumidor	2

Segundo Módulo	INF-8227	Diseño de Aplicaciones para la WEB	3
	INF-8228	Fotografía Digital y aplicaciones para Móviles y Redes Sociales	3
	MER-8120	Diseño de Productos Digitales y el Branding Digital	2

Tercer Módulo	EST-8105	Análisis Cuantitativo para la Toma de Decisiones	3
	MER-8130	Marketing Analítico: Monitoreo y Medición Medios en RED	2
	ADM-8340	Gerencia con Liderazgo	2

Cuarto Módulo	MER-8140	Imagen Corporativa Digital y Responsabilidad Social	2
	DER-8667	Propiedad Intelectual y Legislación Comercial para Internet	2

	SOC-8250	Metodología de Inv. aplicada a las Ciencias Sociales	2
--	----------	--	---

Quinto Módulo	MER-8223	Inv. de Mercados e Inteligencia Competitiva en RED	2
	MER-8150	Simulador de Estrategias de Cybermarketing	3
	FIL-8345	Ética y Cybermarketing	2

Sexto Módulo	FIL-8117	Seminario de Tesis	2
	MER-8400	Plan de Cybermarketing	2
	MER-8281	Tesis de Maestría	12
TOTAL CREDITOS			50

6.1 Título que otorga

Maestría en Estrategias de Cybermarketing

6.2 Descripción de las Asignaturas

Asignaturas del Curso Propedéutico:

MERCADEO GENERAL. (0) créditos (16- HT.)

Esta asignatura es eminentemente práctica a fin de familiarizarse con las distintas áreas funcionales del marketing; concepto de Gerencia de Mercadotecnia, el rol del gerente de mercadeo o marca en la organización con fines o sin fines de lucro, estudio del consumidor, segmentación y posicionamiento, análisis y pronóstico de las oportunidades y problemas del mercado, desarrollo de productos, gerencia de productos y marcas, monitoreo e interpretación de las variables que afectan la mezcla de mercadotecnia, análisis de amenazas del mercado, y la gerencia de productos y marcas en las diferentes etapas en la vida de un producto.

ESTADÍSTICAS APLICADAS A LOS NEGOCIOS. (0) créditos (16 HT)

Esta asignatura está enfocada a la formación del maestrando en el campo de la Estadística aplicada a los negocios y la economía, consiste en proporcionar a aquellos estudiantes de administración, marketing, finanzas, contabilidad, economía y otros campos de la administración de negocios, una visión introductoria de las muchas aplicaciones de las estadísticas descriptivas e inferenciales. Tiene como eje principal enfocarse en las aplicaciones comerciales.