

Maestría en Marketing Digital (M.A.)

- MKT 503: Introducción al marketing digital (2 Créditos)

El curso estudia el marketing digital como herramienta que aporta valor a las organizaciones. El contenido incluye el comportamiento del consumidor digital, los medios de comunicación digitales, los canales de venta online, la introducción al desarrollo de contenido de valor a través de redes sociales y una serie de métricas generales esenciales para medir el rendimiento de las estrategias digitales implementadas en cada una de las áreas. plataformas que conforman el ecosistema digital de la organización.

- DSC 502: Inteligencia y análisis de datos (2 Créditos)

El curso ayuda a los participantes a utilizar los datos disponibles dentro y fuera de sus organizaciones para tomar decisiones en los distintos niveles de la estructura organizativa. Describe el entorno de los sistemas de gestión de datos, las escalas de datos (big data, deep data, small data), la descripción de arquitecturas y metodologías para la generación, estructuración, procesamiento y análisis de datos, la descripción del proceso de gestión de datos de diversos tipos, la presentación de herramientas de procesamiento de datos actuales y futuras, herramientas de visualización de datos y casos prácticos para la toma de decisiones con las herramientas explicadas.

- MKT 524: Branding y posicionamiento digital (2 Créditos)

El curso presenta los conceptos fundamentales para el desarrollo y construcción de una identidad de marca en el entorno digital y su posicionamiento inmediato en los principales buscadores, lo que permitirá alcanzar altas tasas de conversión y eficiencia en el rendimiento de ventas y retorno de la inversión.

- MKT 566: Métricas de marketing (2 Créditos)

La asignatura desarrolla los conceptos de las diferentes métricas a nivel online y offline que se utilizan para ayudar a cuantificar el rendimiento de cada una de las inversiones realizadas en marketing, con el objetivo de incrementar el retorno de la inversión y un mayor beneficio económico para la empresa.

- ADM 512: Gestión de la innovación y el capital intelectual (3 Créditos)

Este curso estudia las metodologías de Diseño y Pensamiento Creativo, el pensamiento creativo, el proceso creativo, las técnicas de innovación, la innovación orientada al cliente, la cocreación y el liderazgo en la colaboración. Se desarrollarán técnicas para modelar negocios innovadores a un nivel disruptivo e incremental, y para diseñar nuevos productos y servicios desde la perspectiva de los usuarios y centrados en sus necesidades. Se abordarán los fundamentos, mecanismos e instrumentos para la gestión de intangibles, capital intelectual, sistemas de información, el impacto de las TIC en las organizaciones, Sistemas Integrados de Gestión Empresarial, inteligencia competitiva, procesos y subprocesos inherentes a la gestión del conocimiento.

- **MKT 534: Marketing en redes sociales (2 Créditos)**

El curso desarrolla aspectos prácticos relacionados con la creación, desarrollo y mantenimiento de una marca en las diferentes redes sociales con las que interactúa el consumidor, lo que permitirá crear un alto nivel de engagement (vínculo emocional) entre los productos y servicios que ofrece la marca utilizando contenidos y mensajes de alto valor.

- **MKT 545: Publicidad digital y display (2 Créditos)**

La asignatura desarrolla los aspectos básicos para la creación de diversas formas de campañas publicitarias en medios digitales, lo que permitirá obtener beneficios en términos de reputación digital, retorno de la inversión (ROI) y tasa de conversión de ventas. El estudiante será capaz de desarrollar una campaña publicitaria digital utilizando los diversos medios y herramientas del ecosistema digital que permitan alcanzar los objetivos de comunicación y marketing establecidos por la empresa.

- **MKT 555: Marketing entrante (2 Créditos)**

El tema cubre los aspectos básicos para el desarrollo del Inbound Marketing que busca atraer, enganchar y deleitar a los consumidores online, permitiendo que las marcas de los productos y servicios de una empresa obtengan mayor visibilidad y reconocimiento.

- **MKT 656: Planificación estratégica digital (2 Créditos)**

En todos los sectores, las tecnologías digitales están redefiniendo la forma en que los consumidores interactúan y las empresas compiten. Este exigente curso de estrategia empresarial digital proporciona un marco integral para dominar el liderazgo digital y la transformación organizacional. Explorarán las últimas tecnologías y aprenderán a aprovechar las herramientas de marketing digital, social y móvil para impulsar la innovación e impulsar el crecimiento.

- **MKT 616: Design Thinking para el modelo de negocio digital (2 Créditos)**

La asignatura presenta un enfoque interactivo para diseñar, desarrollar, implementar y escalar modelos de negocio en el ecosistema digital. Además, explica las necesidades, los problemas y las soluciones mediante una serie de pasos necesarios para materializar una idea de negocio y hacerla realidad.

- **MKT 615: Gestión y análisis de clientes digitales (2 Créditos)**

Identificación, análisis y predicción del comportamiento del consumidor digital mediante analítica de datos, lo que permitirá desarrollar estrategias, productos y servicios acorde al perfil de cada segmento de mercado.

- **MKT 626: Plataforma de comercio electrónico y móvil (2 Créditos)**

Se desarrollan áreas del comercio electrónico como funcionalidades, métodos de pago y logística en los mercados empresarial (B2B) y de consumo (B2C). Asimismo, se conocerán las herramientas y los medios del entorno móvil para desarrollar estrategias electrónicas, conociendo los beneficios y ventajas que pueden aportar a la empresa.

- **MKT 686: Aplicaciones del marketing digital en el mundo real (3 Créditos)**

Diseñar, implementar y controlar un plan de marketing enfocado en el entorno digital que permita alcanzar los diferentes objetivos de la empresa. El curso expone las etapas

y cada uno de los puntos clave para el desarrollo de un plan de marketing orientado al entorno digital, con el fin de obtener una visión integral de los objetivos que la empresa busca alcanzar en línea y las estrategias para lograrlos.

- **DGT 501: Digitalización organizacional (3 Créditos)**

El curso describe y genera habilidades para el conocimiento y uso de plataformas digitales, ayudando a ubicar a los participantes en el mundo digitalizado, proponiendo desafíos para las organizaciones.

- **HUM 522: Comportamiento innovador (3 Créditos)**

El curso estudia la anatomía y el funcionamiento del ecosistema innovador de Silicon Valley para extraer las lecciones clave de las empresas de alto impacto y ver cómo estas redes se conectan con nuestras empresas potenciales, así como con las técnicas y metodologías ágiles para maximizar las probabilidades de éxito de nuestras iniciativas. Los contenidos incluyen: por qué actuar de forma innovadora, el poder del cuestionamiento, la liberación conceptual y la experimentación, el descubrimiento de oportunidades innovadoras, la ambidextría organizacional y algunos sesgos que dificultan su implementación, cómo gestionar la incertidumbre que rodea a las oportunidades innovadoras y políticas para mejorar el comportamiento de las empresas consolidadas.

- **MKT 513: Gestión de Publicidad Digital y Redacción de Textos (3 Créditos)**

El curso aborda una introducción al marketing digital, planificación, gestión y optimización de canales digitales, persuasión y copywriting enfocado al usuario como centro de cualquier estrategia digital, los buscadores como pieza clave en cualquier estrategia de marketing digital, la publicidad online y la creación de campañas de búsqueda en Google Ads.

- **MKT 666: Modelo de negocio digital (3 Créditos)**

El curso se basa en el concepto de Modelos de Negocio Digitales para analizar cómo Apple, Google, Facebook, Amazon y otras empresas de la era de internet utilizan estos modelos para crear, entregar, capturar y defender valor. El curso finaliza con una introducción a los modelos de negocio asimétricos.

- **MKT 676: Gestión de productos (3 Créditos)**

El curso te enseñará las habilidades fundamentales necesarias para ser un gerente de producto eficaz y desarrollar, lanzar y desarrollar productos o productos digitales exitosos. Aprenderás a evaluar las necesidades de los clientes, diseñar una visión de producto convincente, comercializar productos, aprovechar el análisis de productos y colaborar eficazmente con las partes interesadas multifuncionales, como ingenieros, equipos de UX y la alta dirección.

- **STR 551: Laboratorio de ventas (2 Créditos)**

El curso de Laboratorio de Ventas ofrece capacitación práctica en técnicas de venta, gestión de relaciones con clientes y estrategias de venta basadas en datos. Los estudiantes participarán en simulaciones reales, casos prácticos y juegos de rol para desarrollar habilidades prácticas de negociación, generación de leads y cierre de ventas. Este curso proporciona a los futuros profesionales de ventas los conocimientos y la experiencia necesarios para destacar en entornos dinámicos.

- **MKT 451 / MKT 551: Experiencia de usuario (2 Créditos)**

El curso mostrará qué es y qué no es la UX, desmintiendo algunos mitos y creencias comunes. Posteriormente, el estudiante recorrerá todo el proceso de Experiencia de Usuario, desde la estrategia y los requisitos hasta la arquitectura de la información y el diseño visual. Mediante prácticas de laboratorio y ejercicios, documentarás todo tu proceso de diseño de UX y presentarás tu trabajo en tu portafolio.

- **MKT 453 / MKT 553: Estrategias de salida al mercado (2 Créditos)**

El curso abarca cómo las empresas introducen un nuevo producto o servicio en el mercado. Diseñada para mitigar el riesgo inherente a la introducción de un nuevo producto, una estrategia GTM (Go To Market) típica incluye perfiles de mercado objetivo, un plan de marketing y una estrategia concreta de ventas y distribución.

- **MKT 454 / MKT 554: Marketing de rendimiento y Growth Hacking (3 Créditos)**

Este curso integra Performance Marketing y Growth Hacking para diseñar sistemas de adquisición y crecimiento sostenibles. El estudiante dominará embudos AARRR (Acquisition, Activation, Retention, Referral, Revenue), definición de KPIs, atribución, experimentación A/B, analítica y automatización. Se aplicarán tácticas en SEO/SEM (Search Engine Optimisation / Search Engine Marketing), social ads, email, Conversion Rate Optimization (CRO) y crecimiento guiado por producto para escalar resultados con eficiencia. Incluye diseño de experimentos, hipótesis accionables, budget pacing y reporting ejecutivo, enfatizando ética, privacidad y aprendizaje con datos reales de impacto.

- **MKT 455 / MKT 555: Marketing impulsado por IA (3 Créditos)**

Este curso enseña a diseñar y ejecutar estrategias de marketing impulsadas por IA, desde la recopilación y limpieza de datos hasta la activación omnicanal. El estudiante aplicará machine learning y modelos generativos para segmentación, personalización, predicción y creatividad asistida. Se cubrirán (Media Mix Modeling) MMM, atribución, automatización, experimentación A/B, prompt engineering, RAG (Retrieval-Augmented Generation) y MLOps ligero (Machine Learning Operations). Énfasis en ética, sesgos, privacidad y cumplimiento.