



## Plan de Estudios

# LICENCIATURA Marketing y Comunicación Digital

**Modalidad**  
No escolarizada

**Duración del ciclo**  
4 años  
(8 semestres de 21 semanas C/U)

**Clave del  
Plan de Estudios**  
MDM-2023

# ¡Desbloquea tu potencial en Marketing y Comunicación Digital!

**¿Te apasiona la creatividad, el mundo digital y la innovación?**

¡Bienvenido a una carrera que va más allá de lo académico! En la Licenciatura en Marketing y Comunicación Digital, aprenderás a dominar las herramientas y estrategias que transforman ideas en experiencias digitales inolvidables. Aquí, no solo estudias: ¡creas, inspiras y lideras!

# ¿Qué vas a encontrar en este plan de estudios?

Prepárate para un viaje de conocimiento en cuatro etapas, donde cada paso te acercará a convertirte en el estratega digital que las marcas están buscando:

## 1. Fundamentos y Despegue

Todo gran proyecto tiene una base sólida. Aquí aprenderás lo esencial del marketing y la comunicación. Desde los principios de la mercadotecnia hasta los fundamentos de la comunicación digital. *¡Es la base para convertirte en un profesional que se adapta y entiende el contexto de cada estrategia!*

## 2. Experiencia y Estrategia en Marketing

*¡Hora de entrar en acción!* Conocerás cómo construir y ejecutar estrategias que realmente conecten. En esta etapa, te sumergirás en temas como comportamiento del consumidor y posicionamiento de marca. La clave es entender a tu audiencia y aprender a cautivarla.

## 3. Estrategia Digital y Creatividad

¿Redes sociales, contenidos visuales, campañas digitales? ¡Todo esto y más! Aquí desarrollarás tus habilidades para ser un creativo digital completo. Además, aprenderás a medir resultados y a optimizar campañas para alcanzar el máximo impacto.

## 4. Innovación y Liderazgo

Al final de la carrera, estarás listo para liderar. Descubrirás tendencias, trabajarás en proyectos reales y aprenderás a manejar herramientas avanzadas que te convertirán en el próximo gran estratega en marketing digital. *¿Quién dice que la teoría no va de la mano con la práctica?*

# ¿Por qué estudiar con nosotros?

Porque queremos que te sientas inspirado. Somos más que clases: somos proyectos, experiencias y retos que te preparan para el mundo real. Aquí, cada materia es una nueva oportunidad para innovar y poner tus ideas en marcha.

¡Únete a la generación de jóvenes que están transformando el marketing digital!

\*

# Estructura curricular de la Licenciatura en Marketing y Comunicación Digital

Ciclo	Lista de asignaturas o unidades de aprendizaje	Clave	Seriación	Horas		Créditos	Instalaciones
				Con Docente	Independientes		
Primer Semestre	Matemáticas I	LMCD101		42	42	6.4	AV
	Fundamentos de Marketing	LMCD102		63	63	7.9	AV
	Herramientas de Productividad Personal	LMCD103		84	42	7.9	AV
	Organización y Administración de Empresas	LMCD104		63	63	7.9	AV
	Desarrollo Profesional I	LMCD105		63	63	7.9	AV
	<b>Subtotal</b>				<b>336</b>	<b>273</b>	<b>38.0</b>
Segundo Semestre	Matemáticas II	LMCD201	LMCD101	63	63	7.9	AV
	Desarrollo Profesional II	LMCD202	LMCD105	63	63	7.9	AV
	Introducción a la Economía	LMCD203		63	63	7.9	AV
	Sociología	LMCD204		42	63	6.4	AV
	Inglés I	LMCD205		42	63	6.4	AV
	<b>Subtotal</b>				<b>273</b>	<b>315</b>	<b>36.5</b>
Tercer Semestre	Estadística I	LMCD301		42	84	7.9	AV
	Economía en México e internacional	LMCD302		63	63	7.9	AV
	Dirección Comercial	LMCD303		63	63	7.9	AV
	Marketing digital	LMCD304		63	63	7.9	AV
	Inglés II	LMCD305	LMCD205	63	63	7.9	AV
	<b>Subtotal</b>				<b>294</b>	<b>336</b>	<b>39.5</b>

Ciclo	Lista de asignaturas o unidades de aprendizaje	Clave	Seriación	Horas		Créditos	Instalaciones
				Con Docentes	Independientes		
Cuarto Semestre	Estadística II	LMCD401	LMCD301	42	63	7.9	AV
	Fundamentos de Relaciones Públicas	LMCD402		84	42	7.9	AV
	Introducción al Derecho	LMCD403		84	84	6.4	AV
	Comportamiento del Consumidor	LMCD404		42	84	6.4	AV
	Tecnología Web y Bases de Datos	LMCD405		63	63	36.5	AV
	<b>Subtotal</b>				<b>215</b>	<b>315</b>	<b>39.3</b>
Quinto Semestre	Estrategias de Comunicación	LMCD501		63	63	7.9	AV
	Investigación de Mercados	LMCD502		63	63	7.9	AV
	Marketing en buscadores	LMCD503		63	63	7.9	AV
	Derecho Digital	LMCD504		84	63	9.2	AV
	Multimedia y diseño gráfico	LMCD505		63	63	7.9	AV
	<b>Subtotal</b>				<b>336</b>	<b>315</b>	<b>40.8</b>
Sexto Semestre	Marketing de Contenido	LMCD601		63	63	7.9	AV
	Publicidad y Relaciones Públicas Digitales	LMCD602		63	63	7.9	AV
	Finanzas para Marketing	LMCD603		63	63	7.9	AV
	Marketing Intelligence y CRM	LMCD604		84	63	9.2	AV
	Experiencia del Usuario	LMCD605		63	63	7.9	AV
	<b>Subtotal</b>				<b>336</b>	<b>315</b>	<b>40.8</b>

Ciclo	Lista de asignaturas o unidades de aprendizaje	Clave	Seriación	Horas		Créditos	Instalaciones
				Con Docentes	Independientes		
Séptimo Semestre	Gestión de comunidades en entornos digitales	LMCD701		63	63	7.9	AV
	Logística y operaciones	LMCD702		63	63	7.9	AV
	Análisis de Audiencias y Métrica Digital	LMCD703		63	42	6.4	AV
	Marketing Directo	LMCD704		42	63	6.4	AV
	Optativa I	LMCD705		84	84	<b>10.5</b>	AV
	<b>Subtotal</b>				<b>315</b>	<b>336</b>	<b>40.6</b>
Octavo Semestre	Gestión de Proyectos	LMCD801		42	84	7.9	AV
	Proyecto Empresarial (Seminario de Titulación)	LMCD802		84	84	10.5	AV
	Optativa II	LMCD803		84	84	10.5	AV
	<b>Subtotal</b>				<b>210</b>	<b>252</b>	<b>28.9</b>
<b>Suma</b>				<b>2,415</b>	<b>2,457</b>	<b>304.4</b>	

AV= Aula Virtual  
 L= Laboratorio  
 O=Otro

Lista de Asignaturas unidades de Aprendizaje Optativas	Clave	Seriación	Horas		Créditos	Instalaciones
			Con Docentes	Indepen- dientes		
Emprendimiento de Negocios	LMCD705		84	84	10.5	AV
Inteligencia de Negocios	LMCD706		84	84	10.5	AV
Finanzas Corporativas	LMCD803		84	84	10.5	AV
Gestión de la Cadena de Suministro y Operaciones	LMCD804		84	84	10.5	

Número mínimo de horas que deberán acreditar en las asignaturas optativas, bajo conducción de un docente

84

Número mínimo de créditos que se deberán acreditar en las asignaturas Optativas

10.5

# Mapa Curricular de la Licenciatura en Marketing y Comunicación Digital

1º SEMESTRE	2º SEMESTRE	3º SEMESTRE	4º SEMESTRE	5º SEMESTRE	6º SEMESTRE	7º SEMESTRE	8º SEMESTRE
Matemáticas I LMCDI01 42   42   6.4	Matemáticas II LMCD201 63   63   7.9	Estadística I LMCD301 42   84   7.9	Estadística II LMCD401 42   63   7.9	Estrategias de Comunicación LMCD501 63   63   7.9	Marketing de Contenido LMCD601 63   63   7.9	Gestión de Comunidades e Entornos Digitales LMCD701 63   63   7.9	Gestión de Proyectos LMCD801 42   84   7.9
Fundamentos de Marketing LMCDI02 63   63   7.9	Desarrollo Profesional II LMCD202 63   63   7.9	Economía en México e Internacional LMCD302 63   63   7.9	Fundamentos de Relaciones Públicas LMCD402 84   42   7.9	Investigación de Mercados LMCD502 63   63   7.9	Publicidad y Relaciones Públicas Digitales LMCD602 63   63   7.9	Logística y Operaciones LMCD702 63   63   7.9	Proyecto Empresarial (Seminar de Titulación) LMCD802 84   84   10.5
Herramientas de Productividad Personal LMCDI03 84   42   7.9	Introducción a la Economía LMCD203 63   63   7.9	Dirección Comercial LMCD303 63   63   7.9	Introducción al Derecho LMCD403 84   84   6.4	Marketing en Buscadores LMCD503 63   63   7.9	Finanzas para Marketing LMCD603 63   63   7.9	Análisis de Audiencias y Métrica Digital LMCD703 63   63   7.9	Optativa II LMCD803/804 84   84   10.5
Organización y Administración de Empresas LMCDI04 63   63   7.89	Sociología LMCD204 42   63   6.4	Marketing Digital LMCD304 63   63   7.9	Comportamiento del Consumidor LMCD404 42   84   6.4	Derecho Digital LMCD504 84   63   9.2	Marketing Intelligence y CRM LMCD604 84   63   9.2	Marketing Directivo LMCD704 42   63   6.4	
Desarrollo Profesional I LMCDI05 63   63   7.9	Inglés I LMCD205 42   63   6.4	Inglés II LMCD305 63   63   7.9	Tecnología Web y Bases de Datos LMCD405 63   63   6.5	Multimedia y Diseño Gráfico LMCD505 63   63   7.9	Experiencia del usuario LMCD605 63   63   7.9	Optativa I LMCD705-706 84   84   10.5	
336   273   38.0 HD   HI   CR	273   315   36.5 HD   HI   CR	294   336   39.5 HD   HI   CR	215   315   39.3 HD   HI   CR	336   315   40.8 HD   HI   CR	336   315   40.8 HD   HI   CR	315   336   40.6 HD   HI   CR	210   252   28.9 HD   HI   CR

**Tipos de asignatura**

<b>Básicas</b>	<b>90.56</b>
<b>Profesional</b>	<b>111.56</b>
<b>Integral/Especializante</b>	<b>81.38</b>
<b>Optativas</b>	<b>21.00</b>
<b>Total Créditos</b>	<b>304.50</b>

**Créditos**
**Simbología**

No. de Créditos	<b>CR</b>
Horas con Docente	<b>HD</b>
Horas Independientes	<b>HI</b>
Horas Totales	<b>HT</b>

**Notas.**

En el Mapa Curricular las Horas con Docentes, las Horas Independientes y el Número de Créditos, se expresan de acuerdo al Plan de Estudios.

Se estima que cada semestre debe tener 21 semanas.

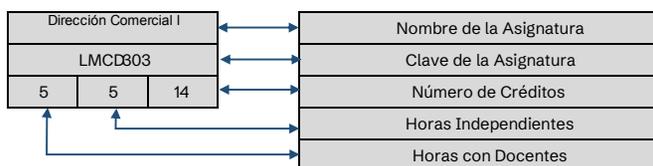
El número de Créditos se calcula sumando las Horas Totales (HT), multiplicadas por un factor de 0.0625  
 No. Créditos = (HD+HI)x 0.0625

**TOTAL SEMESTRE**

HD	HD	CR
2,415	2,457	304.4

**Horas Totales**

4,872



# Propuesta de evaluación y actualización periódica del Plan de Estudios de la Licenciatura en Marketing y Comunicación Digital

Con la intención de propiciar la mejora del Programa Académico de Licenciatura en Marketing y Comunicación Digital (LMCD-2023), se evaluará en términos de mejora de la calidad, considerando las funciones institucionales, el impacto de sus egresados y la vinculación con su entorno. La temporalidad de las evaluaciones será de cinco años.

## **Evaluación Interna**

Con periodicidad de 2 años se realizarán Auditorías a cargo de Docentes de la Institución, Integrando perfiles que evalúen la factibilidad del Programa de Estudios, su Infraestructura, Claustro, Vinculación con los Sectores: privado, público y externo. Resultados que servirán de evidencia documental para la Evaluación de Órganos Externos.

## **Evaluación Externa**

La temporalidad de las evaluaciones será de cinco años y quedará a cargo de Organismos Externos como por ejemplo los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES). También conocidas estas evaluaciones como Auditorías Externas o de tercera parte. Los Organismo recomendados para ello serán El Consejo de la Acreditación en la Enseñanza de Contaduría y la Administración (CACECA) y La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES).

En cada evaluación se buscará la participación de Órganos Externos a fin de que emitan su opinión respecto de la factibilidad de Programa, sus posibles mejoras y actualización respecto de:

- 1. Propósitos del programa.**
- 2. Condiciones generales de operación del programa.**
- 3. Modelo educativo y plan de estudios.**
- 4. Actividades para la formación integral.**
- 5. Proceso de ingreso al programa.**
- 6. Trayectoria escolar.**
- 7. Egreso del programa.**
- 8. Resultados de los estudiantes (impacto)**
- 9. Resultados del programa (impacto)**
- 10. Personal académico.**
- 11. Infraestructura académica.**
- 12. Servicios de apoyo.**
- 13. Vinculación y extensión.**