



Universidad Bancaria de México

En UBAM te beneficias con:

- 3 Opciones de Titulación
- Sistema de Becas
- Infraestructura de primer nivel
- Actividades Culturales, Deportivas y Recreativas
- Conferencias
- Talleres
- Exposiciones
- Excelente ambiente

y muchas cosas más.

Requisitos de Ingreso:

- Presentarse a entrevista con el Coordinador de Posgrado y a la sesión informativa.
- Título del nivel superior de estudios (Original y copia).**
- Cédula Profesional (Original y copia).**
- Certificado de Educación Superior (Original y copia).**
- Acta de Nacimiento (Original y copia).*
- 6 Fotografías tamaño infantil blanco y negro.*
- Pago de derechos por inscripción.*
- Copia de la CURP.*

* Todos los documentos en original se cotejarán en un periodo de seis semanas y se regresarán posteriormente

** Estos documentos no son necesarios para aspirantes egresados de la UBAM que deseen titularse en este nivel Licenciatura por medio del Posgrado.

+ INFORMES E INSCRIPCIONES EN:

Av. 5 de Mayo S/N, Barrio Tepanquihauac, Teoloyucan, Estado de México. C.P. 54770.

Tels: 01 (593) 10 200 00
01 (593) 10 200 01

De Lunes a Viernes de 8:00 a 19:00 hrs.
y Sábados de 8:00 a 14:00 hrs.

informes@ubam.edu.mx

BECAS Y APOYO PARA TRABAJADORES DEL:



Y



Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE), otorgado por la Secretaría de Educación Pública, según acuerdo número 20090015 de fecha 28 de Enero de 2009
Consúltalo en: www.sep.gob.mx



UBAM
Universidad Bancaria de México

"Constancia, Unidad y Trabajo"
Desde 1987

Maestría en
**Mercadotecnia Digital
y Redes Sociales**

REVOE en trámite

La maestría en Mercadotecnia Digital y Redes Sociales es un posgrado diseñado para los profesionales egresados en las áreas de ingeniería, sistemas, computación, informática, administración, mercadotecnia o comunicación, que ejercen laboralmente en el área mercadológica y desean incrementar sus horizontes de expansión utilizando las redes sociales. Con las bases de esta maestría se ayudará a potenciar las ventas de servicios o productos, a través de la inteligencia e innovación digital. Un posgrado sumamente versátil y accesible a los profesionales que se encuentren ejerciendo en esta área tan atractiva y futura.

Objetivo de la Maestría

El objetivo general de la Maestría en Mercadotecnia Digital y Redes Sociales de la Universidad Bancaria de México, es el de formar maestros especialistas con los conocimientos, habilidades y aptitudes que le permitan ser competente en el diseño, gestión, mantenimiento y evaluación de redes sociales, con el apoyo la mercadotecnia digital y con los cuales se podrá potenciar su ejercicio profesional, pero también algún otro interés legítimo del egresado, tales como actividades de promoción social o política, participación comunitaria, desarrollo cultural o incluso de investigación o inteligencia.

Perfil del Aspirante

- Ser egresado en el nivel licenciatura en las áreas de computación, ingeniería, informática, sistemas, diseño, administrativas, mercadológica, de comunicación y afines.
- Ejercer profesionalmente en el área de marketing, sistemas, administración, ventas, posicionamiento, inteligencia, etc., en una organización productiva.
- Poseer habilidad para la comprensión de textos en inglés.
- Gusto por las redes sociales.
- Mostrar eficacia y colaboración al trabajar en equipo a través de comunicación virtual.
- Contar con correctos y buenos hábitos de estudio, así como disposición en horario para cursar la maestría.

MMDRS



Perfil del Egresado

El Maestro en Mercadotecnia Digital y Redes Sociales, egresado de la Universidad Bancaria de México, será capaz de:

- Tendrá la capacidad de ofrecer sus servicios a terceras personas, que tengan la necesidad o interés de apoyarse en las redes sociales para maximizar su acción personal o profesional.
- En lo tocante al diseño el egresado será capaz de emplear los recursos de acceso libre disponibles, sin que esto sea impedimento para hacer uso de otros recursos de costo variable.
- La gestión le permitirá realizar los proyectos que diseñe para concretar conceptos que atiendan intereses y necesidades específicos.
- Finalmente, la formación obtenida en este posgrado, permite también a sus egresados participar en el análisis de las redes sociales y en la Mercadotecnia Digital, con un ejercicio crítico de los modos empleados en ellas en cuanto a medios, sumando esta competencia a las que respaldan sus propias trayectorias profesionales.



Para Obtener el Grado de Maestro en Mercadotecnia Digital y Redes Sociales, se requiere:

- Haber acreditado el 100% del Plan de Estudios.
- Certificado de la Maestría en Mercadotecnia Digital y Redes Sociales emitido por la UBAM.
- Realizar la tesis de grado bajo la tutela de un asesor, ser aprobada por este último, presentar examen de grado y aprobarlo, por medio de excelencia académica o créditos de posgrado.
- Cumplir con los trámites de obtención de grado marcados en el reglamento de la UBAM y de la SEP.

Formas de Obtener el Grado:

- Por excelencia académica.
- Inmediata por Seminario de Investigación, realizando Tesis de Maestría y Presentación de Examen de Grado.
- Por créditos de Posgrado (cursando un Doctorado en la misma área, en la UBAM o bien en otra Universidad con la que exista un convenio).

Procedimiento de Inscripción:

- Entrevista con la Subdirección de Posgrado e Investigación.
- Asistir a la Sesión Informativa.
- Inscribirse en las fechas indicadas en esta última.
- Inicio del posgrado en Septiembre, Enero y Mayo.

Plan de estudios

(Integrado por 6 cuatrimestres, 2 años)

Primer Cuatrimestre

- Desarrollo y transformación de las Redes Sociales
- Fundamentos y trayectoria de la Mercadotecnia Digital
- Comunidades Virtuales
- Comercio Electrónico

Segundo Cuatrimestre

- Semiótica aplicada
- Cognición y Percepción en la Web
- Desarrollo de un producto virtual
- Diseño de un Sitio Web

Tercer Cuatrimestre

- Análisis y Recursos para gestión de redes sociales
- Perfiles de consumidores e internautas en México
- Nuevos modelos de negocio
- Potencial creativo para el desarrollo de una página web

Cuarto Cuatrimestre

- Seminario de casuística I : gestión pública
- Método de caso
- Posicionamiento local: optimización en motores de búsqueda.
- Seminario Taller de Investigación I

Quinto Cuatrimestre

- Seminario de casuística II : promoción comercial
- Técnicas de investigación asistidas por redes sociales
- La digitalización y sus frutos
- Seminario Taller de Investigación II

Sexto Cuatrimestre

- Seminario de casuística III : ética digital
- Taller de producción académica
- Buscadores Digitales
- Seminario Taller de Investigación III