

Especialidad en Mercadotecnia y Estrategia Digital

12

12A

11

11A

10

10A

9

FIGURES IV - IX

HANDLE VIA CLEAR

CONTROL SYSTEM ONLY



**Responde** con innovación.

*Somos*  
la respuesta



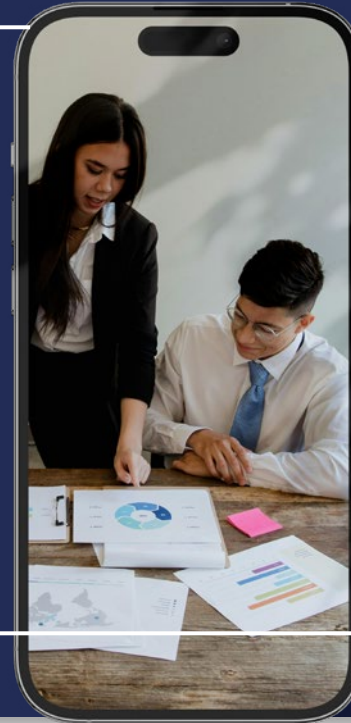
### **A) Antecedentes académicos de ingreso:**

Egresados de licenciaturas en mercadotecnia, publicidad, diseño gráfico, comunicación, administración, negocios y áreas afines.

### **Otros requisitos:**

Comprensión de textos en el idioma inglés.

Manejo de paquetes computacionales básicos y herramientas de Internet.



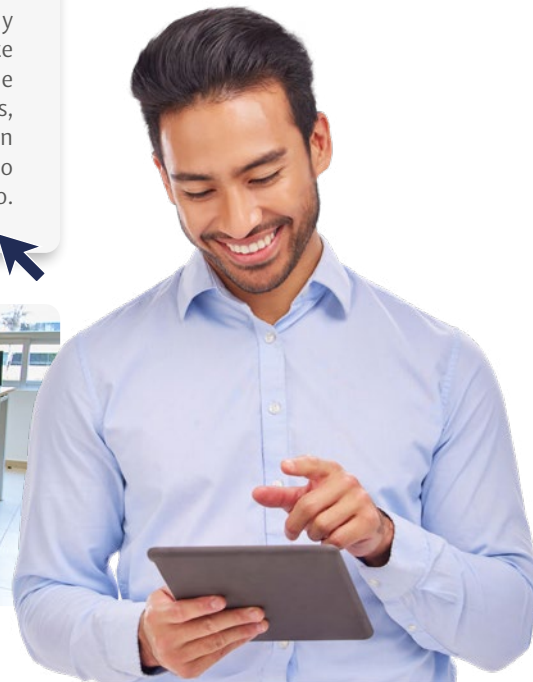
## Perfil de egreso

Al término de la Especialidad, las y los egresados serán capaces de:

- Diseñar, implementar y evaluar planes integrales de mercadotecnia que impacten de forma asertiva en el logro de los objetivos de las organizaciones.
- Aplicar estrategias y tácticas de mercadotecnia que establezcan una conexión emocional con los consumidores, a partir de entender el comportamiento neurológico y el logro de los objetivos institucionales, atendiendo tanto el contexto específico de la organización como el entorno global.
- Analizar y sintetizar información clave del mercado para tomar decisiones estratégicas fundamentadas en datos, minimizando riesgos y maximizando resultados.
- Gestionar recursos y optimizar presupuestos, respondiendo a las dinámicas del mercado digital, a través de la integración de las finanzas y la estrategia de mercadotecnia institucional con eficiencia y sostenibilidad.
- Diseñar estrategias de digitalización de procesos, productos y servicios, que optimicen el uso de herramientas tecnológicas emergentes para mejorar la competitividad organizacional en un entorno global.
- Liderar equipos multidisciplinarios en el diseño e implementación de estrategias mercadológicas innovadoras, fomentando la creatividad y la toma de decisiones éticas que impacten de manera positiva tanto en la organización como en la sociedad.

## Objetivo

Formar especialistas en diseño, implementación y evaluación de estrategias mercadológicas mediante el manejo de metodologías para la toma de decisiones y herramientas digitales innovadoras, que generen ventajas competitivas, experiencias con valor para el cliente y valor sostenible, integrando una visión ética y global, con creatividad y liderazgo.



## Plan de Estudios

### Estrategia metodológica

Estrategias de Mercadotecnia y de Transformación Digital. Usabilidad, Diseño Interactivo y Redes Sociales. Comportamiento del Consumidor.

### Gestión de negocios

Nuevos Modelos de Negocios. Inteligencia de Negocios. Dirección Comercial y Financiera de los Negocios.

### Herramientas digitales

Análisis de Datos, Métricas y Toma de Decisiones. Gestión de Clientes y Comercio Digital. Herramientas Tecnológicas Aplicadas a la Mercadotecnia.

### Modalidad

No escolarizada/  
En línea

### Duración de la especialidad

3 cuatrimestres

### Duración del cuatrimestre

14 semanas

### Créditos a cubrir

45

RVOE otorgado al Amparo del Decreto Presidencial del 29 de mayo de 1987 con vigencia a partir del 15 de agosto de 2025.

## Contenido



Objetivo  
Perfil de egreso  
Plan de estudios

Benjamín Franklin No. 45  
Col. Condesa, Alc. Cuauhtémoc  
Ciudad de México. CP 06140

800 LA SALLE ( 5272 553 )  
(52) 55 5278 9500 ext.- 1513  
promocion.posgrado@lasalle.mx  
☎ 55 2366 2469

**lasalle.mx**

Integrante de:

