

Plan de estudio

# Marketing y Transformación Digital

## Semestre 1

- ♦ Taller de lectura, escritura y oralidad I
- ♦ Desarrollo universitario
- ♦ Razonamiento cuantitativo
- ♦ Fundamentos de administración
- ♦ Fundamentos de economía
- ♦ Fundamentos de marketing

## Semestre 2

- ♦ Taller de lectura, escritura y oralidad II
- ♦ Lengua extranjera I: Inglés
- ♦ Estadística y probabilidad
- ♦ Seminario de desarrollo personal I
- ♦ Microeconomía I
- ♦ Comportamiento del consumidor y neuromarketing
- ♦ Fundamentos a la transformación digital

## Semestre 3

- ♦ Lengua extranjera II: Inglés
- ♦ Seminario de desarrollo personal I
- ♦ Estadística inferencial
- ♦ Semiótica de la comunicación
- ♦ Macroeconomía
- ♦ Aplicaciones de inteligencia artificial
- ♦ Marketing estratégico

## Semestre 4

- ♦ Lengua extranjera III: Inglés
- ♦ Electiva de filosofía
- ♦ Indicadores y análisis financieros
- ♦ Branding y posicionamiento
- ♦ Investigación de mercados
- ♦ Social media y marketing de contenidos

## Semestre 5

- ♦ Lengua extranjera IV: Inglés
- ♦ Seminario experiencial
- ♦ Storytelling y narrativa de datos
- ♦ Modelo de negocios digitales
- ♦ E-commerce y canales digitales
- ♦ Narrativa transmedia
- ♦ Comunicación organizacional

## Semestre 6

- ♦ Ciudadanía global y democracia
- ♦ Finanzas personales
- ♦ Toma de decisiones basadas en datos
- ♦ Arquitectura empresarial para la transformación digital
- ♦ Marketing analytics
- ♦ Electiva complementaria I

## Semestre 7

- ♦ Creatividad y emprendimiento
- ♦ Electiva de historia, arte y literatura
- ♦ Legislación y ética digital
- ♦ Opción de grado
- ♦ Electiva complementaria II
- ♦ Gestión de proyectos de transformación digital

## Semestre 8

- ♦ Práctica profesional
- ♦ Electiva complementaria III