FICHA TÉCNICA

PROGRAMA EDUCATIVO DE POSGRADO

Tipo PE:	Especialidad ( )	Maestría (x)	Doctorado ( )
Nombre de la Dependencia académica	Universidad Autónoma de Tamaulipas Facultad de Derecho y Ciencias Sociales		
Nombre:	Maestría en Mercadotecnia y Comunicación Digital**.**		
Duración:	2 años		
Modalidad:	Presencial (X)	A Distancia ( )	Mixta ( )
Objetivo General:	El objetivo general de la Maestría en Mercadotecnia y Comunicación Digital consiste en formar capital humano (profesionales o expertos) que responda a las necesidades laborales del mercado y del país con un enfoque innovador y creativo, que participen tanto en empleos de alta dirección como en la generación de los mismos; que cuenten con competencias digitales relacionadas al análisis de los procesos mercadológicos, de la comunicación digital y las tecnologías de la información, al uso de las redes sociales y la formación de comunidades en línea para plantear soluciones estratégicas de mercadotecnia y comunicación digital dentro de los ejes de desarrollo social, económico o político, con estricto apego a la responsabilidad universitaria y al compromiso social.		
Perfil Ingreso:	Podrán inscribirse todas aquellas personas que: a) Tengan el grado de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia, Diseño Gráfico, Administración y Afines a las Ciencias Sociales. b) Deberán contar con conocimientos, habilidades, actitudes y valores que les permitan lograr especializarse para desarrollar estrategias que comuniquen propuestas de valor de mercadeo y comunicación digital para alcanzar objetivos eficientes y eficaces mediante el uso de herramientas tecnológicas. c) Posean conocimientos sobre un segundo idioma (inglés), en tanto a leer, traducir y comprender.		

<table>
<tr><td>Perfil Egreso:</td><td>El egresado de la Maestría en Mercadotecnia y Comunicación Digital adquirirá conocimientos como:

○ Producción de medios digitales y contenidos para web
○ Manejo de redes sociales y comunidades en línea
○ Investigación de mercado
○ Diseño de marcas atractivas y relevantes para su mercado meta
○ Planeación y desarrollo de campañas publicitarias digitales
○ Métodos avanzados de investigación
○ Investigación basada en la producción de medios digitales

<u>Habilidades:</u>
○ Creatividad enfocada hacia el diseño
○ Innovación en estrategias de comunicación y mercadotecnia
○ Capacidad para el pensamiento no-convencional
○ Capacidad de auto-evaluación
○ Desarrollo de pensamiento crítico
○ Diseño de marcas con enfoque sustentable
○ Proyectos basados en principios de inclusión, equidad y derechos humanos</td></tr>
<tr><td>Plan de Estudios:</td><td>• Programa Académico: Maestría en mercadotecnia y comunicación digital

<table>
<tr><td>Áreas, Núcleos y/o Bloques
Períodos</td><td>Básica</td><td>Disciplinaria</td><td>Profesional</td><td>Investigación</td><td>Total</td></tr>
<tr><td>Primer semestre</td><td>Fundamentos de comunicación y mercadotecnia
HTC HTI C
3 1 4</td><td>Mercadotecnia e innovación
HTC HTI C
3 1 4</td><td>Productos audiovisuales
HTC HTI C
3 1 4</td><td>Métodos avanzados de investigación
HTC HTI C
3 1 4</td><td>Materias
HTC 192
HTI 64
C 16</td></tr>
<tr><td>Segundo semestre</td><td>Responsabilidad Social Corporativa
HTC HTI C</td><td>Diseño de Imagen empresarial</td><td>Desarrollo de Aplicaciones Móviles</td><td>Metodología de la investigación basada en práctica</td><td>Materias
HTC 192
HTI 80
C 17</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD

		3 1 4	HTC HTI C 3 1 4	HTC HTI C 3 1 4	HTC HTI C 3 2 5		
	Tercer semestre	Comunicación organizacional HTC HTI C 3 1 4	Comunicación política para audiencias digitales HTC HTI C 3 1 4	Materia de Libre Elección HTC HTI C 3 1 4 Diseño Gráfico Interactivo HTC HTI C 3 1 4	Investigación de mercados HTC HTI C 3 1 4	Materias HTC 240 HTI 96 C 21	
	Cuarto semestre	Manejo de Redes Sociales Digitales HTC HTI C 3 3 6	Modelos de negocios digitales HTC HTI C 3 3 6	Transmedia y Story-Telling HTC HTI C 3 3 6 Materia de Libre Elección HTC HTI C 3 1 4	Mercadotecnia digital y Big Data HTC HTI C 3 1 4	Materias HTC 240 HTI 96 C 21	
	Total	Materias	18				
		HTC	864				
		HTI	336				
		C	75				

Planta Docente:	Dra. María Eugenia Rosas Rodríguez Dra. María Consuelo Lemus Pool Dra. Liliana del Ángel Cortés Dra. Dulce Cepeda Robledo Dr. Cesar Bárcenas Curtis
LGAC:	Línea 1: Comunicación corporativa y mercadotecnia Línea 2: Medios de Comunicación Audiovisuales Línea 3: Comunicación digital
Tutorías:	Lic. Jorge Yair Acosta Castro – Director de Tesis: Dr. Cesar Barcenas Curtis Lic. Arantza Figueroa Govea- Director de Tesis: Dr. David Leija Roman (Generación 2023-2025)

VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD

	Lic. Paola Alejandra Sanchez Aleman- Director de Tesis: Dra. Maria Consuelo Lemus Pool Lic. Jose Alfredo Fajardo Meza- Director de Tesis: Dr. Cesar Barcenas Curtis. (Generación 2024-2026)

Producción Académica:

NOMBRE DEL PROFESOR	ARTICULO O LIBRO	NOMBRE DEL ARTICULO	AÑO DE PUBLICACION
Dra. Dulce Alexandra Cepeda Robledo	Articulo	Trabajar por amor al arte: precariedad laboral como forma de violencia contra los periodistas en México. Artículo en Global Media Journal México. DOI: 10.29105/ gmjmx18.34-10	2021 México
	Capitulo Libro	Periodismo “acosado” en Tamaulipas. Capítulo de libro: Transformaciones mediáticas y digitales en la era posdigital. RIA Editorial. ISBN: 9789898971425.	2021 México
	Capitulo Libro	El periodismo y los comunicadores en el sur de Tamaulipas. Capítulo de libro: Perspectivas sociales sobre medios y tecnologías. Editorial Colofón. México ISBN: 9786076351611	2020 México
	Articulo de Revista	Condiciones laborales de las mujeres periodistas en Tamaulipas. Revista Comunicación y Sociedad e7614. DOI: 10.32870/cys.v2020.7614	2020 México
	Capítulo Libro	Condiciones laborales de los periodistas en el sur de Tamaulipas. Capítulo de libro: Precariedad Laboral. Editorial Colofón. México. Disponible en: http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/ index.php/c omsoc/article/view/e7614/6215	2019 México
Dra. María Consuelo Lemus Pool	Libro	Lemus-Pool, M.C. (2022). Estructura de los medios de comunicación del Tercer Sector (TS) en México. Estrategias de consolidación, modelos organizacionales y de sostenibilidad. Fontamara. (ISBN: 978-607-736-764-2)	2022 México

		Capítulo de Libro	Lemus-Pool, M.C., Bárcenas, C. y Millán, A.S. (2022). Entornos interactivos, accesibilidad y alfabetización digital para niños con discapacidad en México. En R.A. Domínguez & R. Alarcón (Coords). Política en Red: acción social y agenda pública en la era digital (pp. 125-150). El Colegio de Tamaulipas (ISBN 978-607-99790-3-4)	2022 México
		Capítulo de Libro	Bárcenas, C., Bárcenas, R. y Lemus-Pool, M.C. (2022). Propuesta metodológica de índice de potencialidad de la industria cultural y creativa en Tamaulipas. En B. Muñoz, A. Corona & G. Pérez-Salazar (Coords). Producción y Consumo de Contenidos Audiovisuales. Abordajes desde la Comunicación Social (pp. 51-85). Universidad Autónoma de Coahuila / AMIC. (ISBN: 978-607-506-470-3)	2022 México
		Capítulo de Libro	Millán, A.S. & Lemus-Pool, M.C. (2022). Dar cuenta del análisis de datos. Estrategias para la generación de perfiles de usuarios de Internet desde la perspectiva cuantitativa: recovecos de la ruta metodológica. En S. Palmas & A. Razo (Coords.). Experiencias en Investigación: un acercamiento didáctico (pp. 173-200). Universidad Autónoma Metropolitana. ISBN: 978-607-28-2689-2	2022 Mexico
		Capítulo de Libro	Lemus-Pool, M.C. & Millán, A. (2022). Estrategias para afrontar la brecha digital: una recapitulación de los aprendizajes generados desde el contexto de la Universidad Autónoma de Tamaulipas. En M.C. Lemus & L.M. Garay (Coords.) Viviendo en las aulas digitales. Una agenda para el postconfinamiento. UAT / Fontamara. ISBN: 978-607-8888-12-2	2022 México
		Capítulo de Libro	Lemus-Pool, M.C. & Aldana, G. (2023) Radios comunitarias e indígenas de México: medios de comunicación superando la precaridad laboral y la marginación. En C., Bárcenas & M.C., Lemus (Coords). Caminos alternativos ante la	2023 México

			precarización laboral y la marginación social (pp. 73-93). Fontamara. ISBN: 978-607-8888-15-3	
		Capítulo de Libro	Lemus-Pool, M.C. & Millán, A.S. (2023). Responder a la ciberviolencia desde el derecho a la comunicación: diagnóstico, propuesta y reflexión desde la Universidad Autónoma de Tamaulipas. En L.M. Garay (Coord.). Rompiendo el silencio. Experiencias y propuestas universitarias frente a la violencia digital (pp. 265-297). Universidad Pedagógica Nacional. (ISBN: 978-607-413-503-9)	2023 México
		Capítulo de Libro	Lemus-Pool, M.C. & Bárcenas, C. (2024). Sostenibilidad de los medios de comunicación del tercer sector en México. Una ruta para su fortalecimiento a través de la experiencia latinoamericana. En A., Carrasco-Campos y J. Candón-Mena (eds.). Sostenibilidad de los medios en la era digital. Economía política de los medios públicos, privados y comunitarios (Pp. 69-96). Comunicación Social Ediciones. (ISBN: 978-84-17600-94-5)	2024 México
		Capítulo de Libro	Gómez-Quinto, C., & Lemus-Pool, M.C. (2024). Autodefensa digital para prevenir la ciberviolencia: validación de una metodología de educación digital. En J., Sierra y D. Lavilla (Coords.). Conexiones digitales: la revolución de la comunicación en la sociedad contemporánea (Pp. 735-754). McGraw Hill. (ISBN: 978-84-486-4464-2)	2024 México
		Capítulo de Libro	Martínez, A., Lemus-Pool, M.C. & Millán, A.S. (2024). Apropiación de TIC entre personas con discapacidad visual: una aproximación a la accesibilidad de contenidos audiovisuales en México. En L. Navarro-Zamora (Coord.). Comunicación de la Ciencia y Educación (Pp. 217-236). RIA Editorial y AMIC. ISBN: 978-989-9220-06-5	2024 México
		Capítulo de Libro	Lemus-Pool, M.C., Bárcenas, C., & Martínez, A. (2025). Brecha digital durante la pandemia de COVID19: un análisis de familias con estudiantes de	2025 México

VERDAD · BELLEZA · PROBIDAD

			educación básica con discapacidad. En F. Gervasi & G. Pérez-Salazar (Coods.). Afirmación, negociación y negación de identidades en las intersecciones entre cultura y tecnología: reflexiones teóricas e investigaciones empíricas (Pp. 110-141). Universidad Autónoma de Coahuila. ISBN: 978-607-506-532-8	
		Articulos	Lozano, R.I., Bárcenas, C., & Lemus-Pool, M.C. (2024). Discusión de objetos gráficos identificativos históricos y comerciales para reglamentación patrimonial de Tampico. Gráfica, https://doi.org/10.5565/rev/grafica.302 (ISSN: 2339-7500).	2024 México
		Articulos	Lemus-Pool, M.C. & Bárcenas, C. (2024). México: balance del TSC en 2023. ¡las comunidades viven... la lucha sigue y sigue! Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa, 41-44. https://www.riccap.org/wordpress/wp-content/uploads/2024/01/informe_riccap23.pdf (ISSN: 2660-9339)	2024 México
	Dra. Liliana Del Ángel Cortés	Articulo	Procesos educomunicativos en las escuelas primarias públicas: percepciones de los actores educativos en la zona sur de Tamaulipas, año 2021.	2021 México
		Articulo	Factores de resiliencia en la mujer ante los retos de su desarrollo profesional en México, año 2022.	2022 México
		Articulo	Estrategias comunicativas en las organizaciones ante los desafíos derivados de la pandemia de Covid-2019, año 2022.	2022 México
		Articulo	La importancia del diagnóstico en el proceso comunicativo de las organizaciones, año 2022.	2022 México
		Articulo	Comunicación interna como intervención en el cambio de las organizaciones en el caso de fusión de empresas, año 2023.	2022 México

VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD

	Articulo	La interdisciplinariedad de la comunicación ante los retos del cambio climático, año 2022.	2022México
	Articulo	La percepción del aprendizaje en tiempos de pandemia, año 2023.	2023 México
	Articulo	Comunicación interna como intervención en el cambio de las organizaciones en el caso de fusión de empresas, año 2023.	2023 México
Dra. María Eugenia Rosas Rodríguez	Articulo	2023 Los factores de resiliencia en la mujer ante los retos de su desarrollo profesional en México	2023 México
	Articulo	La interdisciplinariedad de la comunicación ante los retos del cambio climático	2023 México
	Articulo	Comunicación y resiliencia: un vínculo interdisciplinar frente al cambio climático	2023 México
	Articulo	La Importancia Del Diagnóstico En El Proceso Comunicativo De Las Organizaciones	2022 México
	Articulo	Estrategias Comunicativas En Las Organizaciones Ante Los Desafíos Derivados De La Pandemia De Covid-19	2022 México
Dr. César Bárcenas Curtis.	Capítulo de Libro	Consumo De Cine Mexicano Durante La Pandemia De Covid-19. Características Y Perspectivas Ua Artes Ediciones Prismas	2024 México
	Capítulo de Libro	Sostenibilidad De Los Medios De Comunicación Del Tercer Sector En México. Una Ruta Para Su Fortalecimiento A Través De La Experiencia Latinoamericana Comunicación Social Ediciones Y Publicaciones.	2024 México

VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD

	Libro	Caminos Alternativos Ante La Precarización Laboral Y La Marginación Social Fontamara.	2023 México
	Capítulo de Libro	Condiciones Laborales De La Comunidad Artística De La Zona Metropolitana De Tampico Editorial Fontamara Y Universidad Autónoma De Tamaulipas	2023 México
	Capítulo de Libro	Entornos Interactivos, Accesibilidad Y Alfabetización Digital Para Niños Con Discapacidad En México	2022 México
	Capítulo de Libro	Propuesta Metodológica De Índice De Potencialidad De La Industria Cultural Y Creativa En Tamaulipas Universidad Autónoma De Coahuila	2022 México
	Capítulo de Libro	Para Una Investigación De La Comunicación Digital Con Enfoque Interdisciplinario Universidad Autónoma Metropolitana.	2021 México
	Libro	Índice De Potencialidad De Las Industrias Culturales Y Creativas En Tamaulipas. Un Análisis Desde El Marco Regional Fontamara.	2021 México
	Libro	El Apagón Analógico En México: Oportunidades Y Riesgos Para Las Políticas De Comunicación De Servicio Público Universidad Autónoma De Tamaulipas-Colofón.	2020 México
	Articulo	Propuesta De Evaluación De Políticas Culturales Para El Desarrollo De La Producción Cinematográfica En El Sur De Tamaulipas Revista Internacional De Comunicación Y Desarrollo.	2020 México

Colaboración Social:

Nombre de la Contraparte	Consorcio de Universidades Mexicanas

Objetivo de la colaboración	Promover la internacionalización entre universidades. Incentivar la cooperación en las IES
Mencionar la relación vinculada al PE	
Fecha de inicio y término	11/06/2019 - vigente
Indicadores de resultados	
Nombre de la Contraparte	Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior
Objetivo de la colaboración	Apoyar el desarrollo de actividades de transmisión, generación y aplicación del conocimiento que complementen esfuerzos en proyectos que fortalezcan los programas y servicios educativos
Mencionar la relación vinculada al PE	
Fecha de inicio y término	7/12/1998 - Vigente
Indicadores de resultados	
Nombre de la Contraparte	Organización Universitaria Interamericana
Objetivo de la colaboración	Favorecer la cooperación entre las IES mediante la innovación científica y tecnológica, dentro del marco internacional, la modernidad y adecuación de los servicios universitarios
Mencionar la relación vinculada al PE	
Fecha de inicio y término	12/10/2014 - vigente
Indicadores de resultados	
Nombre de la Contraparte	Red de macro universidades de América Latina y el Caribe
Objetivo de la colaboración	Mantener relaciones con otras universidades e instituciones nacionales y extranjera.
Mencionar la relación vinculada al PE	
Fecha de inicio y término	9/10/2004 - vigente
Indicadores de resultados	
Nombre de la Contraparte	Unión de Universidades de América Latina y el Caribe A. C.
Objetivo de la colaboración	Mantener intercambio entre instituciones públicas y privadas

Mencionar la relación vinculada al PE	
Fecha de inicio y término	26/02/2019 - vigente
Indicadores de resultados	

Nombre de la Contraparte	Programa posgrado del pacífico DELFIN
Objetivo de la colaboración	Fortalecer la cultura de colaboración de las IES y centros de investigación de las instituciones participantes.
Mencionar la relación vinculada al PE	
Fecha de inicio y término	07/12/2012 - vigente
Indicadores de resultados	
Nombre de la Contraparte	Espacio Común de la Educación Superior (ECOES)
Objetivo de la colaboración	Promover la Educación Académica y que permita la movilidad entre estudiantes y profesores.
Mencionar la relación vinculada al PE	
Fecha de inicio y término	13/11/2017 - vigente
Indicadores de resultados	
Nombre de la Contraparte	Universia
Objetivo de la colaboración	Mantener relaciones con otras universidades e instituciones nacionales y extranjeras con el fin de establecer programas. Permanentes de colaboración en la docencia e investigación
Mencionar la relación vinculada al PE	
Fecha de inicio y término	vigente
Indicadores de resultados	
Nombre de la Contraparte	Programa de Intercambio Académico Latinoamericano PILA
Objetivo de la colaboración	Promover la participación de sus Académicos, Investigadores y Gestores.
Mencionar la relación vinculada al PE	
Fecha de inicio y término	25/oct/2017- vigente
Indicadores de resultados	

VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD

Procesos administrativos:	**REQUISITOS** 1.Contar con título de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia, Diseño Gráfico, Administración o Carrera afín a las ciencias sociales expedido por alguna institución pública o privada con Reconocimiento y Validez Oficial de Estudios. 2.Haber obtenido un promedio mínimo de 7.8 en estudios de licenciatura. 3.Presentar EXANI-III para el ingreso posgrado en los tiempos establecidos por la UAT. 4.Presentar constancia de TOEFL, por el Centro de Lenguas y Lingüística Aplicada Victoria (CELLAP) de la UAT, por la cantidad de 380 puntos o documento legal que acredite el dominio de una segunda lengua. **PROCESO DE SELECCIÓN** Las entrevistas se realizarán a los aspirantes que cumplan los requisitos satisfactoriamente. La fecha y hora de las entrevistas de admisión serán comunicadas por correo electrónico al postulante seleccionado. Los expedientes de los aspirantes deben de contener los: **REQUISITOS DE INGRESO DE ACUERDO CON EL REGLAMENTO DE ESTUDIOS DE POSGRADO:** I. Original de la solicitud de inscripción al programa respectivo; II. Copia del reporte individual de resultados del Examen Nacional de Ingreso al posgrado, EXANI III, según corresponda; III. Copia de título certificada por notario público, en caso de encontrarse el título en trámite, podrá presentar el Acta de examen del grado inmediato anterior certificada por notario público, teniendo un plazo de 6 meses para cumplir dicho requisito. En caso contrario, se le dará de baja del programa. El título que sea digital deberá entregarse impreso y en XML; IV. Certificado que compruebe el conocimiento de un segundo idioma, preferentemente inglés con un puntaje Toefl mínimo de 380 puntos. Los Consejos Técnicos de las dependencias podrán incrementar ese puntaje por recomendación del Comité Académico, de acuerdo con la naturaleza del programa educativo de posgrado. V. Original del certificado de materias del nivel anterior con un promedio general mínimo de 7.8;

VI. Original de acta de nacimiento;
VII. Copia de Clave Única de Registro de Población (CURP)
VIII. Copia del Registro Federal de Contribuyentes (RFC)
IX. Carta de intención dirigida al Comité Académico de Investigación de la Dependencia Académica donde exprese los motivos para ingresar al programa de posgrado de su interés,

REQUISITOS ADICIONALES:

X. Los demás requisitos académicos y administrativos de los Lineamientos generales de los estudios de Posgrado y de la Dependencia Académica. Para aspirantes extranjeros, incluir además los documentos referidos en el artículo 20 del Reglamento de Posgrado de esta Institución.

PROCESO DE SELECCIÓN Y ADMISION:	**FECHAS:**
Recepción de documentos:	A partir de la publicación de la Convocatoria hasta el 30 mayo de 2025
Examen CENEVAL EXANI-III:	Mayo 24 de 2025
Curso Propedéutico:	Junio 14 de 2025
Examen de Conocimientos:	No Aplica
Examen Toefl en el CU de Idiomas UAT:	A partir del 10 de febrero al 28 de mayo de 2025
Entrevista con el Comité Académico del Posgrado:	A partir de Julio 7 de 2025
Resultados:	Agosto 4 de 2025
Período de inscripciones:	Agosto 4 a 08 de 2025
Inicio de Semestre:	Agosto 08 de 2025

Contacto:

Dra. Helen Contreras Hernández – Jefa de la División de Estudios de Posgrado e Investigación
Lic. Ana Shylei Martinez Luna – Colaboradora en la Coordinacion de Maestria y Doctorado de Comunicación.
posgradofadycstam@uat.edu.mx
Tels. 833 2 41 20 00 ext. 3647 Línea Directa: 833 2 41 20 44

Link del sitio web de la escuela:	https://fadycs.uat.edu.mx/posgrado-e-investigaci%C3%B3n/maestr%C3%ADas

VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD