

Nombre asignatura	Seminario de Investigación en Marketing Digital
Maestría	Maestría en Marketing Digital y Comercio Electrónico
Créditos	Cuatro (4)

Presentación

El plan de estudios de la Maestría en Marketing Digital y Comercio Electrónico de UNIR México contempla, para cada semestre, una asignatura de Trabajo de Investigación, en adelante “SI” (Seminarios de Investigación), en específico el que corresponde al segundo semestre será conocido como “SMD” (Seminario de Marketing Digital).

En ella, el maestrante realizará un trabajo que involucre e integre los principales conceptos de la gestión de proyectos aplicados al Marketing Digital, basado en una investigación estructurada que soporte teóricamente una propuesta práctica aplicable a un caso de negocio. Este trabajo se realizará a la par de la impartición de la materia que en su base teórica corresponderá a la metodología de Gestión de Proyectos.

Este trabajo se realizará de manera individual bajo la orientación del docente del seminario asignado por UNIR.

Componentes de Evaluación de la Asignatura

La evaluación correrá a cargo del docente de la materia. La calificación se compone de dos partes principales:

- Examen: se realiza al final de la asignatura, es de carácter online y obligatorio. El examen se valora sobre 10 puntos.
- Evaluación continua: se compone de las calificaciones obtenidas en las diferentes actividades formativas llevadas a cabo a lo largo de la asignatura.

La nota final se calcula teniendo en cuenta que la nota obtenida en el examen equivale al 40% y la nota obtenida en la evaluación continua equivale al 60%. La nota final debe sumar mínimo 7 puntos para aprobar la asignatura.

Presentación del desarrollo y análisis de proyecto de marketing digital: Proyecto integral-parte 1	20%
Presentación del desarrollo y análisis de proyecto de marketing digital: Proyecto integral-parte 2	20%
Presentación del desarrollo y análisis de proyecto de marketing digital: Proyecto integral-parte 3	20%
Foros, mapas, reportes y otros medios colaborativos dentro de la plataforma educativa	40%

Sesiones Presenciales Virtuales

Con la finalidad de facilitar el desarrollo del proyecto, se tendrán 10 sesiones presenciales virtuales a cargo del docente en las que cubrirá el temario conceptual necesario para comprender la metodología de Gestión de Proyectos.

A la par de las sesiones presenciales virtuales el maestrante desarrollará un proyecto de Marketing Digital para una empresa en la que aplicará los conceptos del SMD y de las otras materias correspondientes a la carga académica de la Maestría en Marketing Digital y Comercio Electrónico.

Estructura del Desarrollo y análisis de Proyecto de Marketing Digital (Trabajo Final)

A lo largo del semestre se deben hacer 4 actividades, las cuales tienen el objetivo de desarrollar la propuesta del proyecto de acuerdo con la Metodología de Gestión de Proyectos. El calendario estándar de entregas será el siguiente:

Actividad 1.- **Proyecto integral-parte 1– Semana 4**

Actividad 2.- **Proyecto integral-parte 2– Semana 7**

Actividad 3.- **Proyecto integral-parte 3– Semana 14**

Actividad 4.- **Foro– Semana 17**

La estructura para la elaboración del Proyecto de Marketing Digital es la siguiente:

1. **Portada**
2. **Índice**
3. **Cuerpo del Trabajo:** Propuesta de Proyecto de Marketing Digital de acuerdo a la metodología de gestión de proyectos del PMI.
4. **Conclusiones y aportaciones personales**
5. **Referencias**

Requisitos Generales para el Trabajo Final

El trabajo debe ser **inédito**. No se admiten trabajos presentados previamente en otros cursos, grados o asignaturas. Es necesario que absolutamente todo texto tomado de otros autores sea citado correctamente y cuente con su correspondiente **referencia**, de acuerdo con los criterios establecidos para tal efecto en la metodología **APA 6**. Este trabajo es una **producción propia** que se puede apoyar en los trabajos de otros autores, mismos que deben ser referenciados como corresponde.

Se presentará preferentemente en formato de Power Point y su extensión se situará de **15 a 20 páginas**.

Seguimiento y Asesoría por parte del Docente

La comunicación personal escrita entre el maestrante y el docente durante la elaboración del proyecto se hará a través de **la plataforma**, prioritariamente: foros y sesiones presenciales virtuales.