



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
UNIDAD PROFESIONAL INTERDISCIPLINARIA DE INGENIERÍA
Y CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS
SECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN



MAESTRÍA EN CIENCIAS EN ESTUDIOS INTERDISCIPLINARIOS PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

Semestre ENERO – JULIO 2025

Profesores	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Dra. Evelia Rojas Alarcón				Crecimiento y desarrollo económico para las pymes 10:00 a 13:00 CLAVE: 19B7813	
Dra. Martha Jiménez García		Métodos de investigación cuantitativos 12:00 a 15:00 CLAVE: 15A7011			
Dra. Claudia Alejandra Hernández Herrera		Planeación Estratégica en Pymes 9:00 a 12:00 CLAVE:10B6107			
Dra. Elizabeth Acosta Gonzaga		Estrategias digitales para PyMES 10:00 a 13:00 CLAVE: 19B7816			
Dr. Jesús Antonio Álvarez Cedillo			Tópicos selectos de Estudios de las Pyme: "Marketing Digital" 12:00 a 15:00 CLAVE:11B6388		
Dr. Gibrán Rivera González	Métodos cualitativos 12:00 a 15:00 CLAVE:15A7012				
Dr. Igor Rivera González			Innovación Social 7:30 a 10:30 CLAVE: 19B7815		
Dra. Dania Ramírez Herrera	Comportamiento Organizacional en Pymes 09:00 a 12:00 CLAVE: 10B6110				Gestión del Talento Humano 09:00 a 12:00 CLAVE:24B9047
Dr. Mario Aguilar Fernández			Pensamiento Sistémico para la mejora integral de las PyMES 12:00 a 15:00 CLAVE:24B9033		
Dr. David Salvador Cruz Rodríguez		Tópico Selecto "Nuevos modelos de Negocios" 12:00 a 15:00 CLAVE:11B6388			
Dra. Denise Díaz de León Bolaños			Emprendimiento en el contexto mexicano 10:30 a 13:30 CLAVE:24B9032		
Seminario I 10B6096					
Seminario II 10B6097					
Seminario III 10B6098					

* Alumnos de segundo semestre deberán cursar una unidad de aprendizaje obligatoria (marcada en amarillo), un seminario II y dos optativas.

** Alumnos de cuarto semestre deberán tomar seminario III (si no lo han cursado) y las optativas que les hagan falta para obtener 4 UAP.

***Tópicos selectos únicamente se puede tomar una vez durante todo el programa.

ANEXO

Profesor	Tópicos Selectos	Temas principales
Dr. Jesús Antonio Álvarez Cedillo	Marketing Digital	<p>Objetivo: El alumno podrá tomar decisiones de publicidad para las empresas desde el desarrollo hasta la venta del bien o servicio a partir del internet, mediante el diagnóstico, planeación, implementación y evaluación de medios masivos.</p> <ul style="list-style-type: none">• Introducción al marketing digital• Planificación comercial• Investigación comercial• El mercado y su comportamiento de compra• Segmentación y posicionamiento• Estrategias de marketing
Dr. David Salvador Cruz	Nuevos modelos de negocios	