



## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN ESCUELA DE MARKETING

### 1. Datos

**Materia:** MARKETING Y COMERCIO DIGITAL  
**Código:** MTC0013  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Septiembre-2020 a Febrero-2021  
**Profesor:** ALVAREZ VALENCIA JUAN FRANCISCO  
**Correo electrónico:** falvarezv@uazuay.edu.ec  
**Prerrequisitos:**

Código: UID0400 Materia: INTERMEDIATE 2

**Nivel:** 5

**Distribución de horas.**

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas	Créditos
		Sistemas de tutorías	Autónomo		
48	16	16	80	160	5

### 2. Descripción y objetivos de la materia

El Mercadeo Electrónico se ha concebido dentro de la Facultad de Ciencias de la Administración como todos los esfuerzos de marketing de comercio electrónico que hacen las empresas por comunicar, promover y vender productos y servicios a través de Internet; es por ello que dicha cátedra se apoya en materias que le anteceden como Marketing Internacional, Comunicación de Marketing, Modelos de Marketing I y II, por citar algunas.

A través de esta Cátedra, se pretenden cubrir las nuevas posibilidades que presenta el comercio electrónico y el Internet, pues se ha dado un nuevo enfoque a la manera en que muchas organizaciones hacen su marketing, utilizando esta valiosa herramienta tecnológica como lo es el Internet, que se caracteriza fundamentalmente por su interactividad, permitiendo al usuario tanto recibir información como darla. Pero el comercio electrónico es mucho más que simples anuncios. El Marketing Electrónico es algo tan poderoso que permite a las compañías integrar a sus clientes y consumidores en sus procesos de toma de decisiones.

El Marketing Electrónico consiste en todas aquellas actividades de mercadeo que involucran el uso de Internet, E-Mail o Web, para transmitir un mensaje comercial a un grupo objetivo. La Cátedra de Mercadeo Electrónico, busca familiarizar al estudiante con la Nueva Era Digital, pues el mercadeo electrónico no debe contemplarse como una tecnología, sino que es el uso de la tecnología para mejorar la forma de llevar a cabo las actividades de mercadeo, propias del perfil profesional de un Ingeniero en Marketing.

### 3. Contenidos

<b>1</b>	<b>Introducción al Mercadeo Electrónico</b>
01.01	Origen del Comercio Electrónico (1 horas)
01.02	Definición de Comercio Electrónico (1 horas)
01.03	Tipología de Comercio Electrónico (1 horas)
01.04	Ventajas del Comercio Electrónico (1 horas)
01.05	Usos del Comercio Electrónico (1 horas)
<b>2</b>	<b>Modelos de Negocios debidos al Comercio Electrónico</b>
02.01	Cambios y requerimientos de Negocio Electrónico (2 horas)
02.02	La estrategia de Negocio Electrónico (2 horas)
02.03	Estrategias de Negocio en el Comercio Electrónico (2 horas)
02.04	Proceso de Digitalización (2 horas)

<b>3</b>	<b>Marketing Digital</b>
03.01	El poder de la publicidad en internet (1 horas)
03.02	Las 4 F's del Marketing Digital (4 horas)
03.03	Análisis del sitio web (1 horas)
<b>4</b>	<b>Medios de Pago en el E-Business</b>
04.01	Medios de Pago (4 horas)
04.02	Riesgo (2 horas)
<b>5</b>	<b>E-Commerce</b>
05.01	Tiendas Virtuales (4 horas)
05.02	Estrategias de Comercio Electrónico (4 horas)
05.03	Servicios Virtuales (4 horas)
05.04	Modelos de Comercio Electrónico (1 horas)
05.05	Catálogos Virtuales On line (1 horas)
<b>6</b>	<b>Campañas de Venta On line</b>
06.01	Campañas especializadas y creación de contenidos (2 horas)
06.02	Programación e implementación de campañas (2 horas)
<b>7</b>	<b>Manejo de Redes Sociales</b>
07.01	Introducción a las redes sociales (1 horas)
07.02	Community Manager (2 horas)
07.03	Generación de contenidos (1 horas)
07.04	Herramientas para el manejo de redes sociales (1 horas)
<b>8</b>	<b>Manejo y Distribución en Email Marketing</b>
08.01	Manejo y Distribución en Email Marketing (0 horas)
<b>9</b>	<b>Marketing Móvil</b>
09.01	Aplicaciones Móviles (2 horas)
09.02	El servicio de marketing vía SMS (1 horas)
09.03	Bluetooth (1 horas)
09.04	Proximity Marketing (1 horas)
09.05	Portales y Aplicaciones Móviles (1 horas)
<b>10</b>	<b>Regulaciones Legales</b>
10.01	Validación de usuarios (1 horas)
10.02	Consideraciones Legales (1 horas)
10.03	Políticas y Normativas de Privacidad (4 horas)
10.04	Políticas y Normativas de Seguridad (4 horas)

#### 4. Sistema de Evaluación

##### Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

###### Resultado de aprendizaje de la materia

###### Evidencias

**CAD. Identifica, plantea y resuelve problemas que orientan la organización al cumplimiento de metas y objetivos.**

-El estudiante deberá tener la capacidad de implementar estrategias de Social Marketing y Marketing Móvil.

-Evaluación escrita  
-Evaluación oral  
-Foros, debates, chats y otros  
-Trabajos prácticos - productos

**u. Asesora y aporta a la toma de decisiones empresariales.**

-El estudiante podrá desarrollar acciones de comunicación de marketing adecuadamente en base al perfil de cada segmento de mercado.

-Evaluación escrita  
-Evaluación oral  
-Foros, debates, chats y otros  
-Trabajos prácticos - productos

##### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Aporte de desempeño	Campañas de Venta On line, E-Commerce, Introducción al Mercadeo Electrónico, Manejo de Redes Sociales, Manejo y Distribución en Email Marketing, Marketing Digital, Marketing Móvil, Medios de Pago en el E-Business, Modelos de Negocios debidos al Comercio Electrónico, Regulaciones Legales	APORTE DESEMPEÑO	10	Semana: 11 (30-NOV-20 al 05-DIC-20)
Trabajos prácticos - productos	Examen Asincrónico	Campañas de Venta On line, E-Commerce, Introducción al Mercadeo Electrónico, Manejo de Redes Sociales, Manejo y Distribución en Email Marketing, Marketing Digital, Marketing Móvil, Medios de Pago en el E-Business, Modelos de Negocios debidos al Comercio Electrónico, Regulaciones Legales	EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25-ENE-21 al 30-ENE-21)
Evaluación oral	Examen Sincrónico	Campañas de Venta On line, E-Commerce, Introducción al Mercadeo Electrónico, Manejo de Redes Sociales, Manejo y Distribución en Email Marketing, Marketing Digital, Marketing Móvil, Medios de Pago en el E-Business, Modelos de Negocios debidos al Comercio Electrónico, Regulaciones Legales	EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25-ENE-21 al 30-ENE-21)
Trabajos prácticos - productos	Examen Asincrónico	Campañas de Venta On line, E-Commerce, Introducción al Mercadeo Electrónico, Manejo de Redes Sociales, Manejo y Distribución en Email Marketing, Marketing Digital, Marketing Móvil, Medios de Pago en el E-Business, Modelos de Negocios debidos al Comercio Electrónico, Regulaciones Legales	SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25-ENE-21 al 30-ENE-21)
Evaluación oral	Examen Sincrónico	Campañas de Venta On line, E-Commerce, Introducción al Mercadeo Electrónico, Manejo de Redes Sociales, Manejo y Distribución en Email Marketing, Marketing Digital, Marketing Móvil, Medios de Pago en el E-Business, Modelos de Negocios debidos al Comercio Electrónico, Regulaciones Legales	SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25-ENE-21 al 30-ENE-21)

## Metodología

## Criterios de Evaluación

## 5. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Hernández Dauder, María Ángeles	Madrid : Anaya Multimedia	Marketing digital : mobile marketing, SEO y analítica	2017	9788441538511

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Kaba, Ibrahim	Universitaria	Elementos Básicos del Comercio Electrónico	2008	

#### Web

Autor	Título	Url
Marketing Publishing	El Marketing Mix: Concepto, Estrategia Y Aplicaciones	<a href="http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10202990&amp;p00=marketing">http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10202990&amp;p00=marketing</a>
Robotiker	Obtenido De Biblioteca Digital De La Uda E-Marketing	<a href="http://www.uazuay.edu.ec/bibliotecas/e-marketing/home.htm">http://www.uazuay.edu.ec/bibliotecas/e-marketing/home.htm</a>

#### Software

#### Bibliografía de apoyo

##### Libros

##### Web

##### Software

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: 16/09/2020

Estado: **Aprobado**