UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

1. Datos

Materia: MARKETING VIRTUAL
Código: FAD0237
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2018 a Febrero-2019
Profesor: ALVAREZ VALENCIA JUAN FRANCISCO
Correo electrónico: falvarezv@uazuay.edu.ec

Nivel: 7

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
4				4

Prerrequisitos:

Código: FAD0236 Materia: APLICACIONES INFORMATICAS DE MARKETING

2. Descripción y objetivos de la materia

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.

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.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1	**Introducción al Mercadeo Electrónico**
1.1	Origen del Comercio Electrónico (1 horas)
1.2	Definición de Comercio Electrónico (1 horas)
1.3	Tipología de Comercio Electrónico (1 horas)
1.4	Ventajas del Comercio Electrónico (1 horas)

1.5	Usos del Comercio Electrónico (1 horas)
2	**Modelos de Negocios debidos al Comercio Electrónico**
2.1	Cambios y requerimientos de Negocio Electrónico (2 horas)
2.2	La estrategia de Negocio Electrónico (2 horas)
2.3	Estrategias de Negocio en el Comercio Electrónico (2 horas)
2.4	Proceso de Digitalización (2 horas)
3	**Marketing Digital**
3.1	El poder de la publicidad en internet (1 horas)
3.2	Las 4 F´s del Marketing Digital (4 horas)
3.3	Análisis del sitio web (1 horas)
4	**Medios de Pago en el E-Bussiness**
4.1	Medios de Pago (4 horas)
4.2	Riesgo (2 horas)
5	**E-Commerce**
5.1	Tiendas Virtuales (4 horas)
5.2	Estrategias de Comercio Electrónico (4 horas)
5.3	Servicios Virtuales (4 horas)
5.4	Modelos de Comercio Electrónico (1 horas)
5.5	Catálogos Virtuales On line (1 horas)
6	**Campañas de Venta On line**
6.1	Campañas especializadas y creación de contenidos (2 horas)
6.2	Programación e implementación de campañas (2 horas)
7	**Manejo de Redes Sociales**
7.1	Introducción a las redes sociales (1 horas)
7.2	Community Manager (2 horas)
7.3	Generación de contenidos (1 horas)
7.4	Herramientas para el manejo de redes sociales (1 horas)
8	**Manejo y Distribución en Email Marketing**
8.1	Manejo y Distribución en Email Marketing (0 horas)
9	**Marketing Móvil**
9.1	Aplicaciones Móviles (2 horas)
9.2	El servicio de marketing vía SMS (1 horas)
9.3	Bluetooth (1 horas)
9.4	Proximity Marketing (1 horas)
9.5	Portales y Aplicaciones Móviles (1 horas)
10	**Regulaciones Legales**
10.1	Validación de usuarios (1 horas)
10.2	Consideraciones Legales (1 horas)
10.3	Políticas y Normativas de Privacidad (4 horas)
10.4	Políticas y Normativas de Seguridad (4 horas)

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
as. Manejar de forma eficiente las aplicaciones de Software en el campo del Marketing.	
-Manejar aplicaciones informáticas disponibles dentro del Marketing On Line, tales como ERP y CRM, entre otros.	-Evaluación escrita -Resolución de ejercicios, casos y otros
av. Trabajar eficientemente a nivel de Redes Sociales y la tecnología móvil.	
-El estudiante deberá tener la capacidad de implementar estrategias de Social	-Evaluación escrita

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
Marketing y Marketing Móvil.	-Resolución de ejercicios, casos y otros
aw. Aplicar y Aprovechar las ventajas del Comercio Electrónico.	
-El estudiante deberá desarrollar la capacidad de manejar eficiente y adecuadamente la Gestión Integral de una marca.	-Evaluación escrita -Resolución de ejercicios, casos y otros

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Aporte 1	Introducción al Mercadeo Electrónico, Marketing Digital, Modelos de Negocios debidos al Comercio Electrónico	APORTE 1	10	Semana: 5 (15/10/18 al 20/10/18)
Evaluación escrita	Aporte 2	Campañas de Venta On line, E-Commerce, Manejo de Redes Sociales, Medios de Pago en el E-Bussiness	APORTE 2	10	Semana: 10 (19/11/18 al 24/11/18)
Evaluación escrita	Aporte 3	Manejo y Distribución en Email Marketing, Marketing Móvil, Regulaciones Legales	APORTE 3	5	Semana: 14 (17/12/18 al 22/12/18)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Aporte 3	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-Bussiness, Modelos de Negocios debidos al Comercio Electrónico, Regulaciones Legales	APORTE 3	5	Semana: 15 (al)
Evaluación escrita	Examen final	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-Bussiness, Modelos de Negocios debidos al Comercio Electrónico, Regulaciones Legales	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (20-01-2019 al 26-01-2019)
Evaluación escrita	Supletorio	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-Bussiness, Modelos de Negocios debidos al Comercio Electrónico, Regulaciones Legales	SUPLETORIO	20	Semana: 21 (al)

Metodología

Esta asignatura combina conocimiento teórico y práctico. En las sesiones teóricas se explican los conceptos clave sobre el marketing virtual, En las sesiones prácticas se investigará sobre casos exitosos,de emprendimientos locales, que ejemplifiquen lo aprendido en clase. Adicionalmente, se desarrollará un trabajo en grupo que comprende varios temas relacionados con el marketing de virtual.

Criterios de Evaluación

Se realizaran controles de lectura que vendrán a formar parte de la calificación para cada aporte, según el vallamos avanzando la materia, tambien se incluyen los tres aportes que están con el peso de las calificaciones antes mencionadas. Los aportes están enfocados a la aplicación de la teoría desarrollada, en los cuales están implícitos ejercicios similares a los resueltos por los alumnos en las clases prácticas. Para el examen final se tomara en cuenta todos los capítulos asignados de la materia en una evaluación teórica y mediante la aplicación de ejercicios prácticos.

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
KABA, IBRAHIM	Universitaria	ELEMENTOS BÁSICOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO	2008	978-959-16-0653-2
: PHILIP KOTLER ; GARY ARMSTRONG	Pearson	FUNDAMENTOS DE MARKETING	2003	64274
Hernández Dauder, María Ángeles	Madrid : Anaya Multimedia	Marketing digital : mobile marketing, SEO y analítica	2017	9788441538511

Web

Autor	Título	Url
MD Marketing Digital	Marketing digital	http://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital.php

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Autor	Título	Url
Teresa Alba	Guía estratégica de iniciación en Marketing Digital	https://blog.mailrelay.com/es/2017/12/21/guia-marketing-digital

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 03/09/2018

Estado: Aprobado