



## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

### ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

#### 1. Datos generales

**Materia:** MARKETING VIRTUAL  
**Código:** FAD0237  
**Paralelo:** A  
**Periodo :** Septiembre-2016 a Febrero-2017  
**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

#### 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-Marketing y Marketing Móvil.

-Evaluación escrita  
-Resolución de ejercicios, casos y otros

aw. Aplicar y Aprovechar las ventajas del Comercio Electrónico.

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

### Resultado de aprendizaje de la materia

-El estudiante deberá desarrollar la capacidad de manejar eficiente y adecuadamente la Gestión Integral de una marca.

### Evidencias

-Evaluación escrita  
-Resolución de ejercicios, casos y otros

### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Capitulos 1, 2, y 3	Introducción al Mercadeo Electrónico, Marketing Digital, Modelos de Negocios debidos al Comercio Electrónico	APORTE 1	10	Semana: 5 (10-OCT-16 al 15-OCT-16)
Evaluación escrita	Evaluación escrita de capitulos 6, 7, 8	Campañas de Venta On line, Manejo de Redes Sociales, Manejo y Distribución en Email Marketing	APORTE 2	6	Semana: 10 (14-NOV-16 al 19-NOV-16)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Capitulos 4, 5 y 6	Campañas de Venta On line, E-Commerce, Medios de Pago en el E-Business	APORTE 2	4	Semana: 10 (14-NOV-16 al 19-NOV-16)
Evaluación escrita	Capitulos 7, 8 y 9	Manejo de Redes Sociales, Manejo y Distribución en Email Marketing, Marketing Móvil	APORTE 3	6	Semana: 15 (19-DIC-16 al 23-DIC-16)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Capitulos 7, 8 y 9	Manejo de Redes Sociales, Manejo y Distribución en Email Marketing, Marketing Móvil	APORTE 3	4	Semana: 15 (19-DIC-16 al 23-DIC-16)
Evaluación escrita	Capitulos 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 y 10	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	20	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Evaluación escrita	todos los capitulos	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	20	Semana: 19-20 (16-01-2017 al 22-01-2017)

### Metodología

### Criterios de evaluación

## 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

#### Web

#### Software

Revista

---

Bibliografía de apoyo

Libros

---

Web

Autor	Título	Url
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>
Marketing Publishing	E-Libro	<a href="http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10184486&amp;p00=marketing">http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10184486&amp;p00=marketing</a>

Software

---

Revista

---

\_\_\_\_\_  
Docente

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

Fecha aprobación: **24/08/2016**

Estado: **Aprobado**