

**UNIVERSIDAD INTERAMERICANA DE PUERTO RICO
RECINTO METROPOLITANO
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS GRADUADOS
FACULTAD DE EMPRESAS**

PRONTUARIO

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Curso	:	MERCADEO DIGITAL
Código y Número	:	BADM 5480
Créditos	:	3
Término Académico	:	
Profesor	:	
Lugar y Horas de Oficina	:	
Correo Electrónico	:	

II. DESCRIPCIÓN

Análisis del mercadeo digital de las empresas y sus productos, a través de la Internet, la tecnología móvil y otras tecnologías emergentes y convergentes. Integración de dichas tecnologías al desarrollo de una campaña de mercadeo.

III. OBJETIVOS

Se espera que, al finalizar el curso, el estudiante pueda:

1. Analizar las estrategias del mercadeo digital de las empresas y sus productos, a través de la Internet, la tecnología móvil y otras tecnologías emergentes y convergentes.
2. Crear un plan estratégico de presencia en internet y mercadeo digital para cualquier tipo de negocio o productos de manera que integre diferentes tipos de tecnologías y plataformas.
3. Aprender a entrevistar a un potencial cliente para reconocer la viabilidad del mercadeo para el tipo de negocio o producto.
4. Aprenderá a hacer una presentación de servicios a potencial cliente.
5. Aprenderá a utilizar herramientas en línea y aplicaciones que le facilitaran el proceso de realizar una estrategia de mercadeo eficiente.
6. Aprenderá a adaptarse a diferentes tipos de negocio y mercados.
7. Aprenderá sobre la publicación de anuncios en las principales plataformas digitales.
8. Aprenderá sobre la importancia de crear una imagen, marca y relaciones públicas en las redes sociales para viabilizar la efectividad de la estrategia
9. Integrará todos los conceptos.

IV. CONTENIDO

A. ANÁLISIS DE EMPRESAS Y PRODUCTOS

- a. Mercadeo vs. Mercadeo Digital
- b. Antiguas formas de mercadeo
- c. Nuevas formas de mercadeo
- d. Analisis de empresas y productos ante la nueva era del mercadeo

B. CAMPAÑA DE MERCADEO DIGITAL a. Explorando

- i. Conociendo el negocio, la profesión o el producto
- ii. Entrevista
- iii. Audiencia

b. Creando una imagen

- i. Logos
- ii. Branding
- iii. Creación de una marca
- iv. Colores, estilos y encuestas

c. ¿Qué es presencia en internet y cómo se logra?

- i. Creando presencia en Internet
- ii. Website vs. Landing Page
- iii. Dominio personalizado
- iv. Tipos de Hosting
- v. Correo electrónico personalizado
- vi. Presencia en metabuscadores (Google, Bing y Yahoo)
- vii. Presencia en Google Maps y Google for Business

d. Presencia y desarrollo de contenido en las Redes Sociales de acuerdo al negocio, profesión o producto

- i. Facebook
- ii. YouTube
- iii. Twitter
- iv. LinkedIn
- v. Pinterest
- vi. Google +
- vii. Snapchat
- viii. Pandora
- ix. Blogs
- x. Video Marketing
- xi. Email Marketing
- xii. Otros

e. Estrategia de Mercadeo Digital

- i. Audiencia
- ii. Anuncios y segmentación
- iii. Contenido
- iv. Relaciones Publicas
- v. Sorteos

vi. Crecimiento de alcance y fanáticos

vii. Mercado

f. Regla de Etiqueta en las Redes Sociales

i. Ética en la Red

ii. Servicio al Cliente

iii. Derechos de Autor y Propiedad Intelectual

iv. Errores en el mercadeo digital

g. Creación de Campaña y Estrategia de Mercadeo Digital Completa

V. ACTIVIDADES

1. Curso Interactivo con clases que incluyen explicaciones paso a paso.

2. Conferencias

3. Videos

4. Informe Oral

5. Asignaciones en línea

6. Proyecto Especial

VI. EVALUACIÓN

Debe incluirse el valor asignado a cada criterio de evaluación para determinar la nota final en el curso. Por ejemplo:

	Puntuación	% de la Nota Final
1 Trabajo (Equivalente a examen Trabajo Final (Equivalente a 100 25 examen final)	100 25	25 parcial)
Asignaciones	200	50
Total	400	100

VII. NOTAS ESPECIALES

A. Servicios Auxiliares o Necesidades Especiales

Todo estudiante que requiera servicios auxiliares o asistencia especial deberá solicitar los mismos al inicio del curso o tan pronto como adquiera conocimiento de que los necesita, a través del registro correspondiente, en la Oficina de la Coordinadora de servicios a estudiantes con impedimentos, la Dra. María de los Ángeles Cabello. Ella está ubicada en el Programa de Orientación y Consejería, Oficina 111, en el primer piso del edificio John Will Harris, extensión 2306.

B. Honradez, fraude y plagio

La falta de honradez, el fraude, el plagio y cualquier otro comportamiento inadecuado con relación a la labor académica constituyen infracciones mayores sancionadas por el Reglamento General de Estudiantes. Las infracciones mayores, según dispone el Reglamento General de Estudiantes,

pueden tener como consecuencia la suspensión de la Universidad por un tiempo definido mayor de un año o la expulsión permanente de la Universidad, entre otras sanciones.

C. Uso de dispositivos electrónicos

Se desactivarán los teléfonos celulares y cualquier otro dispositivo electrónico que pudiese interrumpir los procesos de enseñanza y aprendizaje o alterar el ambiente conducente a la excelencia académica. Las situaciones apremiantes serán atendidas, según corresponda. Se prohíbe el manejo de dispositivos electrónicos que permitan acceder, almacenar o enviar datos durante evaluaciones o exámenes.

D, Cumplimiento con las disposiciones del Título IX

La Ley de Educación Superior Federal, según enmendada, prohíbe el discrimen por razón de sexo en cualquier actividad académica, educativa, extracurricular, atlética o en cualquier otro programa o empleo, auspiciado o controlado por una institución de educación superior independientemente de que esta se realice dentro o fuera de los predios de la institución, si la institución recibe fondos federales.

Conforme dispone la reglamentación federal vigente, en nuestra unidad académica se ha designado un(a) Coordinador(a) Auxiliar de Título IX que brindará asistencia y orientación con relación a cualquier alegado incidente constitutivo de discrimen por sexo o género, acoso sexual o agresión sexual. Se puede comunicar con el Coordinador(a) Sr. George Rivera, extensión 2262 – 2147, o al correo electrónico _griverar@metro.inter.edu.

El Documento Normativo titulado **Normas y Procedimientos para Atender Alegadas Violaciones a las Disposiciones del Título IX** es el documento que contiene las reglas institucionales para canalizar cualquier querrela que se presente basada en este tipo de alegación. Este documento está disponible en el portal de la Universidad Interamericana de Puerto Rico (www.inter.edu).

VIII. RECURSOS EDUCATIVOS

RECURSOS EN LÍNEA:

- **Inspiración para logo, imagen corporativa, o ideas**
 - ✦ www.logopond.com – página para obtener ideas sobre logotipos en la industria.
 - ✦ <https://images.google.com> - búsqueda en el tema de logos de abogados.
 - ✦ www.moat.com – observa lo que otros están haciendo
 - ✦ www.vistaprint.com – servicio de creación de tarjetas de presentación y artículos impresos.
 - ✦ www.123print.com – servicio de creación de tarjetas de presentación y artículos impresos.
- **Creación de Notas y almacenamiento:**
 - Evernote - <https://evernote.com>
 - ✦ OneNote - <https://www.onenote.com>
 - ✦ Dropbox – www.dropbox.com
 - ✦ Icloud – www.icloud.com
 - ✦ Google Drive - <https://www.google.com/drive>

- **Dominio**
 - ✦ www.kowem.com – verifique los dominios antes de comprarlos.
 - ✦ www.Godaddy.com – Registre su dominio personalizado
- **Dominio y Hosting**
 - ✦ www.bluehost.com – BlueHost, alojamiento web de tu página y dominio.
 - ✦ <https://www.ghost.com> – EHost, alojamiento web de tu página y dominio.
 - ✦ www.Godaddy.com – Registre su dominio personalizado
- **Inspiración para conocer el mercado**
 - ✦ www.alexa.com – te permite saber sobre el “ranking” de las páginas web.
- **Páginas web con hosting y dominio**
 - ✦ www.web.com – Web
 - ✦ www.weebly.com – Weebly
 - ✦ www.wordpress.com – WordPress
 - ✦ www.wordpress.org – WordPress
 - ✦ www.wix.com – WIX
- **Landing Pages**
 - ✦ www.Instapages.com – fácil de usar, puede crear hermosos Landing Pages.
 - ✦ www.Wix.com
 - ✦ www.Unbounce.com
 - ✦ www.landerapp.com
 - ✦ www.leadpages.net
- **Correo electrónico personalizado**
 - ✦ www.Gmail.com - <https://gsuite.google.com/products/gmail/>
 - ✦ www.Outlook.com
 - ✦ www.Yahoo.com
- **Creación de Contenido**
 - ✦ www.canva.com – diseños gráficos gratuitos.
 - ✦ www.fotojet.com – diseños gráficos gratuitos.
 - ✦ www.picmonkey.com – diseños gráficos gratuitos.
- **Fotos y elementos gráficos libres de derechos de autor gratuitos y a costo**
 - ✦ www.pixabay.com – fotos gratuitas de excelente calidad
 - ✦ www.depositphotos.com – fotos desde \$1
 - ✦ <https://www.shutterstock.com> – fotos para comprar
- **Proyectos**
 - ✦ <https://www.wunderlist.com/es/> - crea proyectos y supervísalos de principio a fin.
 - ✦ <https://en.todoist.com> – ideal lista de “To do”.
- **Promoción de Eventos**
 - ✦ www.Eventbrite.com – Cree eventos y procese sus pagos enlazando su cuenta de www.paypal.com
 - ✦ Facebook Events en su propio Fan Page de Facebook □ **E-mail Marketing:**
 - ✦ www.ConstantContact.com – Emails con “automations”.
 - ✦ www.MailChip.com – envíe emails gratuitos hasta 500 contactos.
 - ✦ www.AWeber.com – emails y newsletters.
- **Concursos, cupones y premios en su Red Social**
 - ✦ www.woobox.com

- **Chat Marketing:**
 - ✦ www.manychat.com – Bot automatizado para su Facebook Messenger con “automations”.
- **Facturación**
 - ✦ <https://www.freshbooks.com/>
 - ✦ www.quickbooks.com
 - ✦ App – TinyInvoice
 - ✦ App- Invoice2go
 - ✦ www.PayPal.com
- **Enlaces cortos**
 - ✦ www.bitly.com - Bitly
 - ✦ <https://goo.gl> – Google Shortener
- **Encuestas**
 - ✦ <https://www.google.com/drive>
 - ✦ www.monkeysurvey.com
- **Comparte presentaciones y materiales**
 - ✦ www.slideshare.com
- **Blogs**
 - ✦ www.blogger.com
 - ✦ www.wordpress.com
 - ✦ www.blog.com
- **Contestadora de llamadas online**
 - ✦ www.freedomvoice.com
- **Mensajes de Texto Online**
 - ✦ www.textnow.com
 - ✦ www.pinger.com
- **Redes Sociales**
 - ✦ www.facebook.com
 - ✦ www.Linkedin.com
 - ✦ www.YouTube.com
- **Maneja todas las redes sociales en un solo lugar**
 - ✦ www.Hootsuite.com – Te brinda hasta 3 redes gratis, por ejemplo, Facebook, Instagram y Twitter.
- **Anuncios en Facebook**
 - ✦ <https://business.facebook.com/>

IX. BIBLIOGRAFÍA

1. Dave Chaffey & Fiona Ellis- Chadwick, (2016). Digital Marketing: Strategy, Implementation & Practice, 6th Edition. ISBN-13: 978-1292077611
2. Robert Ciadini, (2016). PRE-SUASION: A Revolutionary Way to Influence and Persuade. Simon & Schuster. ISBN-10: 1501109790

3. David Meerman Scott, 2015, The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly. Publisher: Wiley; 5 edition. ISBN-10: 1119070481

X. LECTURAS SUPLEMENTARIAS

- Caribbean Business: www.caribbeanbusiness.com
- Journal of Marketing: www.harvardbusinessonline.harvard.edu
- Journal of Marketing: www.wiv.edu
- Journal of Marketing: www.marketingpower.com

Agosto/2021