

Curso de Mercadeo en Internet

Objetivo principal del curso

El estudiante al finalizar el curso tendrá la capacidad de analizar y aplicar las herramientas de Internet para desarrollar una estrategia de mercadeo a través de Internet.

Curso

- Parte 1: Conceptos básicos
 - Conceptos básicos
 - Unidades 1 y 2
- Parte 2: Fundamentos de mercadeo
 - Plan de mercadeo en Internet
 - Sistema de Información
 - Comportamiento del Consumidor
 - Segmentación y posicionamiento
 - Internet y la mezcla de mercadotecnia
 - Retroalimentación y control de resultados
 - Unidades 3 a 8

Curso

- Parte 3
 - Herramientas de Internet y estrategias para usarlas
 - Unidades 9 a 14

Evaluación

- Primer parcial 25%
 - Unidades 1 a 8
 - Semana 8
- Segundo parcial 25%
 - Unidades 9 a 14
 - Semana 14
- Trabajo final 35%
- Quices y tareas 15%

Exámenes

- Prácticos
- No hay que “aprender la materia”
- Hay que entender, saber aplicar y saber tomar decisiones
- Pregúntese:
 - Entendí como funciona?
 - Puedo aplicarlo a un caso real?
 - Puedo tomar decisiones?

Trabajo Final

- Aplicación a un caso práctico de la materia vista en clase
- Un plan de mercadeo en Internet
- Individual o en grupos de máximo 4 personas
- Entregas
 - Semana 3: Definición de la empresa y grupos
 - Semana 13: Borrador completo
 - Semana 15: Texto completo y exposiciones

Antología

- Complementario a asistencia a clases
- Antología de mercadeo en **Internet**
- El curso y la antología suponen que el estudiante ya conoce los fundamentos de mercadeo
- Los links a los artículos externos son fundamentales, no opcionales
- Volumen 1: Primer examen parcial
- Volumen 2 Segundo examen parcial
- Capítulos y unidades del programa

Filminas

- Son material para las clases
- No son material de estudio