



Universidad Autónoma de Nuevo León  
Facultad de Contaduría Pública y Administración  
Programa sintético



<b>1. Datos de identificación:</b>	
Nombre la institución:	Universidad Autónoma de Nuevo León
Nombre de la dependencia:	Facultad de Contaduría Pública y Administración
Nombre del programa educativo:	Licenciado en Tecnologías de Información
Nombre de la unidad de aprendizaje:	Mercadotecnia digital
Horas aula-teoría y/o práctica, totales:	100
Frecuencias aula por semana:	5
Horas extra aula, totales:	50
Tipo de modalidad:	Escolarizada
Tipo de periodo académico:	9o semestre
Tipo de unidad de aprendizaje:	Obligatoria
Área curricular:	ACFPF
Créditos UANL:	5
Fecha de elaboración:	01/09/18
Fecha de última actualización:	04/10/18
Responsable (s) del diseño y actualización:	Diseño: Federico Gpe. Figueroa Garza Actualización: Federico Gpe. Figueroa Garza
<b>2. Propósito(s):</b>	
<p>Esta unidad de aprendizaje (UA) tiene como intención que el estudiante desarrolle estrategias de comercialización de productos y servicios tanto en mercados online como offline, para extender el crecimiento de mercados locales, nacionales e internacionales utilizando metodologías efectivas para su implementación, esto tomando en consideración la forma en que ha evolucionado la interacción con los consumidores, los productos que demandan, la cantidad de información a la que tienen acceso y el impacto en su comportamiento de compra.</p> <p>Mercadotecnia Digital se relaciona con la UA aplicación de herramientas para el análisis de datos en los negocios que le antecede, ya que es imperante captar de manera adecuada todos los requerimientos de la empresa de acuerdo a sus necesidades, de igual manera aplicar las herramientas para un análisis adecuado del negocio aspectos trabajos en la anterior UA y que son necesarios para la creación de propuestas coherentes de estrategias de comercialización que aprenderá aquí.</p> <p>Mercadotecnia Digital contribuye con tres competencias generales de la UANL ya que el egresado hará uso de las tecnologías de información y comunicación, a través de actividades como resolución de casos prácticos, tomando como una herramienta las tecnologías las cuales permitan transformar la información en conocimiento y a su vez aplicar</p>	



técnicas innovadoras para facilitar el trabajo colaborativo y ser un participante activo en la mejora de la sociedad (competencia3). También, el egresado promoverá y practicará el espíritu de compromiso y respeto hacia la diversidad promoviendo un ambiente de convivencia entre los equipos de trabajo de la empresa, esto se pretende desarrollar a través de actividades y evidencias de aprendizaje que involucren adoptar el compromiso y el respeto a los compañeros de equipo y así promover el buen ambiente de aprendizaje. Asimismo, se pretende que el egresado sea capaz de asumir el liderazgo de las actividades profesionales, así como las sociales siendo un agente de cambio para la comunidad, a través de la participación activa en el aula y actividades que promueven el desarrollo del liderazgo.(competencia 13).

Del mismo modo, esta UA colabora con el desarrollo de la competencia específica 1 del perfil de un LTI, la cual pretende que el egresado desarrolle la capacidad de implementar una campaña de mercadotecnia digital de acuerdo a lo requerido administrativamente y en conjunto con el equipo multidisciplinario de la empresa para estar enfocados en la meta de la campaña para implementar sistemas de información de acuerdo con el proceso administrativo, trabajando eficientemente en equipos multidisciplinarios para soportar los servicios de negocio.

### **3. Competencias del perfil de egreso:**

Competencias generales a las que contribuye esta unidad de aprendizaje:

-Instrumentales:

3. Manejar las tecnologías de la información y la comunicación como herramienta para el acceso a la información y su transformación en conocimiento, así como para el aprendizaje y trabajo colaborativo con técnicas de vanguardia que le permitan su participación constructiva en la sociedad.

-Personales:

9. Mantener una actitud de compromiso y respeto hacia la diversidad de prácticas sociales y culturales que reafirman el principio de integración en el contexto local, nacional e internacional con la finalidad de promover ambientes de convivencia pacífica.

-Integradoras:

13. Asumir el liderazgo comprometido con las necesidades sociales y profesionales para promover el cambio social pertinente.

### **Competencia Especifica:**

1. Implementar sistemas de información de acuerdo con el proceso administrativo, trabajando eficientemente en



equipos multidisciplinarios para soportar los servicios de negocio.

**4. Factores a considerar para la evaluación de la unidad de aprendizaje:**

Evidencias de aprendizaje:

- Ensayo
- Resolución de casos prácticos
- Aprendizaje basado en problemas

Elementos complementarios:

- Examen parcial.
- Examen final.

Producto integrador de aprendizaje.

**5. Producto integrador del aprendizaje:**

Reporte ejecutivo sobre la campaña digital desarrollada en una empresa.

**6. Fuentes de apoyo y consulta:**

Computers & Operations Research, ISSN 0305-0548

Díaz, E., & Martínez, D. (2017). Social Selling. La nueva herramienta para vender más. Altom Service SA

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*.

Marquina, J. (2012). Plan Social Media y Community Manager. Barcelona, Editorial UOC

Digital marketing magazine (2018) Recuperado de: [www.digitalmarketingmagazine.co.uk](http://www.digitalmarketingmagazine.co.uk)