

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



FACULTAD DE INGENIERÍA EN CIENCIAS APLICADAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS COMPUTACIONALES

MANUAL DE USUARIO DOCENTE

TEMA:

SISTEMA DE ENTORNO VIRTUAL ENSEÑANZA - APRENDIZAJE DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE CON LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS MÓDULOS DE CUESTIONARIOS, INTERACCIÓN ESTUDIANTE-MAESTRO, SEGURIDAD Y AUDITORIA.

AUTOR:

LENIN XAVIER CHÁVEZ GUAMIALAMA

DIRECTOR:

ING. FERNANDO. GARRIDO, MSC.

IBARRA – ECUADOR

2015

MANUAL DE USUARIO DOCENTE

En el Portal Web de la Universidad Técnica del Norte ir a la sección de docentes www.utn.edu.ec/docentes y seleccionar la opción **VER MI PORTAFOLIO DOCENTE**



Ingresar la **cuenta** y **contraseña** para autenticarse

● Iniciar Sesión

CUENTA

CONTRASEÑA

Iniciar Sesión

Una vez Ingresado, seleccionar la opción **Registro Académico**

Portafolio del Docente - UTN d1002334827 Cerrar Sesión

Inicio Perfil Docente **Registro Académico** Syllabus Horario Bienes en Custodia

Inicio

Menú Principal

- Perfil Docente
- Registro Académico
- Syllabus
- Bienes en Custodia
- Pagos Realizados
- Ayuda

Consulta y actualización de actividades de todas las materias del docente

Meses Semanas Dias Lista < Hoy >

Noviembre 2013

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
28	29	30	31	01	02	03
04	05	06	07	08	09	10
	MARKETING DIGITAL: Plan de Marketing				MARKETING DIGITAL: Medios Digitales	
11	12	13	14	15	16	17
		NUEVAS TICs: Resumen Web 2.0				
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	01

svrapp3.utn.edu.ec:9001/apev/?p=11512:15788683725514:NO=

Seleccionar la carrera o dependencia, dentro de la lista de materias, elegir la opción

Aula Virtual, en caso de que no se ha creado aparecerá un mensaje de **Aula Virtual NO Creada**

The screenshot shows the 'Portafolio del Docente - UTN' interface. At the top, there are navigation tabs: 'Inicio', 'Perfil Docente', 'Registro Académico', 'Syllabus', 'Horario', and 'Bienes en Custodia'. Below the tabs, there is a progress indicator for 'Materias Dictadas', 'Ingreso de Notas', 'Asistencia', and 'Avance'. The main content area is divided into two sections. The left section, titled 'Carreras', shows a tree view of university departments and faculties. The right section, titled 'Materias', contains a search bar and a table of subjects. The table has columns for 'Avance', 'N° Est.', 'Bibliografía', 'Asistencia', 'Avance', 'Notas', and 'Aula Virtual'. Two subjects are listed: 'MARKETING DIGITAL' and 'NUEVAS TICs'. Each subject has a progress bar and buttons for 'Bibliografía', 'Asistencia', 'Avance', 'Notas', and 'Aula Virtual'.

Se podrá visualizar información de la materia elegida

The screenshot shows the 'Portafolio del Docente - UTN' interface with the 'Aula Virtual' section selected. The main heading is 'BIENVENID@ A MARKETING DIGITAL'. The interface is divided into several sections. On the left, there is an 'Información' section with a 'Docente' profile, an 'Introducción' section with a description of the course, and an 'Avance' section with progress bars. The central section, titled 'Contenidos de la Materia', contains a detailed table of contents for the 'MARKETING DIGITAL' course, listing chapters and topics. On the right, there is a 'Calendario' section showing a calendar for November 2013, and a 'Miembros' section displaying a grid of student portraits. The interface also includes navigation tabs at the top and a search bar.

A la izquierda, se encontrara información disponible de la materia como, el Docente, dando clic en esta sección se puede visualizar su hoja de vida

Información

Docente



VICENTE ALEXANDER GUEVARA VEGA

Contenidos de la Mater

- MATERIA: MARKE
- CAPITULO 01.
 - TEMA 01.1
 - TEMA 01.2
 - TEMA 01.3
 - TEMA 01.4
 - TEMA 01.5
 - TEMA 01.6
 - TEMA 01.7
- CAPITULO 02.

Portafolio del Docente - UTN

Inicio Perfil Docente Hoja de Vida del Docente

Inicio Registro Académico

Ficha del Docente



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
IBARRA - ECUADOR

Fecha de proceso: 11/11/2013

FICHA DE EMPLEADOS

DATOS PERSONALES:

CEDULA: 100234827	NOMBRES: VICENTE ALEXANDER GUEVARA VEGA	FECHA NACIMIENTO: 13/02/1981
LUGAR DE NACIMIENTO: SAN FRANCISCO - IBARRA - IMBABURA - ECUADOR	LIBRETA MILITAR: 8110001327	
GENERO: MASCULINO	ESTADO CIVIL: CASADO(A)	TIPO DE SANGRE: O+
EMAIL: alexguevara@hotmail.com	TELEFONO: 2580-779	CELULAR: 0982512179
DIRECCION: BARRIO SANTA MARIANITA DEL OLIVO SECTOR PANAMERICANA NORTE KM.2		

TIPO EMPLEADO: ADMINISTRATIVO **TIPO NOMBRAMIENTO:** ADMINISTRATIVOS **CARGO ACTUAL:** ANALISTA DE SISTEMAS

Introducción

MARKETING DIGITAL: Es una asignatura de carácter teórico práctico que permite al marketing no dejar de lado el mundo digital. El futuro está en la integración de los nuevos medios digitales en las estrategias de marketing y comunicación, permitiendo generar un gran potencial de los nuevos modelos de relación.

Avance

37,5% Planificado

28,75% Ejecutado

TEMA 04.5. Mobile Marketing
TEMA 04.6. Producción aplicada a proyectos en el Móvil
TEMA 04.7. Geolocalización

Introducción de la Materia

Introducción

MARKETING DIGITAL: Es una asignatura de carácter teórico práctico que permite al marketing no dejar de lado el mundo digital. El futuro está en la integración de los nuevos medios digitales en las estrategias de marketing y comunicación, permitiendo generar un gran potencial de los nuevos modelos de relación.

El porcentaje de avance revisado de la materia

Avance

37,5% Planificado

28,75% Ejecutado

El sílabo con toda la información de la materia, que el docente ha planificado, se tiene que dar clic en esta sección



Introducción

MARKETING DIGITAL: Es una asignatura de carácter práctico que permite al mundo no dejar de lado el mundo futuro está en la integración nuevos medios digitales y estrategias de marketing comunicación, permitiendo generar un gran potencial nuevos modelos de relación.

Avance

97.5% Planificad

88.75% Ejecutad

Sílabo

Ver Sílabo

Sílabo

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
IBARRA - ECUADOR
SYLLABUS DE ASIGNATURA
MARKETING DIGITAL

I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA CARRERA

Facultad: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
Carrera: Ingeniería en Mercadotecnia
Código: 05087 Nivel de Formación: TERCER NIVEL Subárea del Conocimiento: EDUCACIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRACIÓN
Ciclo: SEP2013-FEB2014
Modalidad: PRESENCIAL Sistema de Estudios: CREDITOS Tipo de Ciclo: SEMESTRES

MISIÓN DE LA CARRERA
Formar profesionales en mercadotecnia críticos, creativos, innovadores y emprendedores para liderar el mercado con responsabilidad social.

VISIÓN DE LA CARRERA
La carrera de Mercadotecnia en el año 2020 será protagonista en la transformación del desarrollo innovador, productivo y sustentable a nivel nacional.

II. INFORMACIÓN GENERAL DE LA ASIGNATURA

Nombre Asignatura: MARKETING DIGITAL
Código: CIMER-00056
Nivel: 06
Créditos: 5
Horas Semanales: 5 Teoría: 0 Práctica: 0 Autónomas: 0

Prerrequisitos.

Código	Materia	Nivel	Tipo
CIMER-00010	COMPUTACION APLICADA	05	APROBADO

Eje de Formación:
ASIGNATURAS DE FORMACIÓN BÁSICA

08 09 10
Medios Digitales
15 16 17
22 23 24
29 30 01

Nueva Tarea
Nuevo Recurso
Ver Tareas
Ver Recursos

En la sección del medio se puede Visualizar todos los contenidos de la materia, ordenados por CAPITULOS y TEMAS. Los temas que tienen icono con estrella roja y fondo amarillo  son aquellos que no se ha revisado aun, en cambio los que tienen el visto verde  ya se han ingresado en el avance de la materia.

Contenidos de la Materia [Contraer](#) [Expandir](#) [Recursos](#) [Actividades](#)

- TEMA 01.1. Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital
 - TEMA 01.2. Fuentes de información e investigación en los medios digitales
 - TEMA 01.3. Aspectos del ámbito de marketing, publicidad y contenido digital
 - TEMA 01.4. Organización, Dirección y Desarrollo de Proyectos Digitales
 - TEMA 01.5. La planificación y contratación de medios digitales
 - TEMA 01.6. Las métricas y el análisis de resultados de la inversión en los medios digitales
 - TEMA 01.7. Análisis de la Rentabilidad (ROI) en un Plan de Marketing Digital
 - CAPITULO 02. WEB MARKETING: USABILIDAD Y SEO
 - TEMA 02.1. Diseño y Desarrollo de un proyecto web
 - TEMA 02.2. Usabilidad y experiencia de usuario: Cómo hacer productos digitales enfocados al usuario
 - TEMA 02.3. Search Engine Optimization (SEO)
 - TEMA 02.4. Analítica Web: Cómo medir y optimizar los procesos críticos en entornos digitales.
 - TEMA 02.5. Métricas, Optimización y Gestión de proyectos SEO
 - CAPITULO 03. CREATIVIDAD DIGITAL Y SEM
 - TEMA 03.1. El briefing de una campaña digital
 - TEMA 03.2. Realizar Test de verificación y validación en entornos digitales
 - TEMA 03.3. Construcción de campañas y ofertas de calidad
 - TEMA 03.4. Search Engine Marketing (SEM): planificación, ejecución y medición de campañas SEM
 - CAPITULO 04. MEDIOS DIGITALES ACTUALES Y EMERGENTES
 - TEMA 04.1. E-mail marketing: de la A a la Z
 - TEMA 04.2. Affiliate Marketing
 - TEMA 04.3. Display Advertising y Rich Media
 - TEMA 04.4. Branded Content
 - TEMA 04.5. Mobile Marketing
 - TEMA 04.6. Producción aplicada a proyectos en el Móvil
 - TEMA 04.7. Geolocalización
 - TEMA 04.8. Web TV Streaming
 - CAPITULO 05. SOCIAL MEDIA MARKETING
 - TEMA 05.1. Introducción a las Redes Sociales y las Comunidades Virtuales
 - TEMA 05.2. Proyecto de Social Media
 - TEMA 05.3. Facebook, Twitter y LinkedIn
 - TEMA 05.4. RRPP 2.0 y Online Reputation Management (ORM)
 - TEMA 05.5. Analítica y Reporting de Resultados en Redes Sociales
 - CAPITULO 06. COMERCIO ELECTRÓNICO
 - TEMA 06.1. Planificación y Desarrollo de un Plan Estratégico de Comercio Electrónico
 - TEMA 06.2. Estructura tecnológica en e-commerce

Se puede ir navegando por el árbol, para poder seleccionar varias vistas, expandiendo o contrayendo en los temas o capítulos

Contenidos de la Materia [Contraer](#) [Expandir](#) [Recursos](#) [Actividades](#)

- MATERIA: MARKETING DIGITAL

Contenidos de la Materia [Contraer](#) [Expandir](#) [Recursos](#) [Actividades](#)

- CAPITULO 01. MARKETING, ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN DIGITAL
 - CAPITULO 02. WEB MARKETING: USABILIDAD Y SEO
 - CAPITULO 03. CREATIVIDAD DIGITAL Y SEM
 - CAPITULO 04. MEDIOS DIGITALES ACTUALES Y EMERGENTES
 - CAPITULO 05. SOCIAL MEDIA MARKETING
 - CAPITULO 06. COMERCIO ELECTRÓNICO

Contenidos de la Materia Contraer Expandir Recursos Actividades

- MATERIA: MARKETING DIGITAL
 - CAPITULO 01. MARKETING, ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN DIGITAL
 - TEMA 01.1. Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital
 - TEMA 01.2. Fuentes de información e investigación en los medios digitales
 - TEMA 01.3. Aspectos del ámbito de marketing, publicidad y contenido digital
 - TEMA 01.4. Organización, Dirección y Desarrollo de Proyectos Digitales
 - TEMA 01.5. La planificación y contratación de medios digitales
 - TEMA 01.6. Las métricas y el análisis de resultados de la inversión en los medios digitales
 - TEMA 01.7. Análisis de la Rentabilidad (ROI) en un Plan de Marketing Digital
 - CAPITULO 02. WEB MARKETING: USABILIDAD Y SEO
 - CAPITULO 03. CREATIVIDAD DIGITAL Y SEM
 - CAPITULO 04. MEDIOS DIGITALES ACTUALES Y EMERGENTES
 - CAPITULO 05. SOCIAL MEDIA MARKETING
 - CAPITULO 06. COMERCIO ELECTRÓNICO

En la parte derecha, al inicio aparece un mensaje **Por favor Seleccione un Capítulo o Tema para Agregar/Ver las Actividades Académicas realizadas y los recursos subidos,**

Portafolio del Docente - UTN d100234827 Cesar Sesión

Inicio Perfil Docente Registro Académico Syllabus Horario Bienes en Custodia

Inicio Registro Académico Aula Virtual

BIENVENID@ A MARKETING DIGITAL

Por favor Seleccione un Capítulo o Tema para Agregar/Ver las Actividades Académicas realizadas y los recursos subidos

Información

Docente



Introducción

MARKETING DIGITAL. Es una asignatura de carácter teórico práctico que permite al marketing no dejar de lado el mundo digital. El futuro está en la integración de los nuevos medios digitales en las estrategias de marketing y comunicación, permitiendo generar un gran potencial de los nuevos modelos de relación.

Avance

77.5% Planificado

Contenidos de la Materia Contraer Expandir Recursos Actividades

- MATERIA: MARKETING DIGITAL
 - CAPITULO 01. MARKETING, ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN DIGITAL
 - TEMA 01.1. Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital
 - TEMA 01.2. Fuentes de información e investigación en los medios digitales
 - TEMA 01.3. Aspectos del ámbito de marketing, publicidad y contenido digital
 - TEMA 01.4. Organización, Dirección y Desarrollo de Proyectos Digitales
 - TEMA 01.5. La planificación y contratación de medios digitales
 - TEMA 01.6. Las métricas y el análisis de resultados de la inversión en los medios digitales
 - TEMA 01.7. Análisis de la Rentabilidad (ROI) en un Plan de Marketing Digital
 - CAPITULO 02. WEB MARKETING: USABILIDAD Y SEO
 - TEMA 02.1. Diseño y Desarrollo de un proyecto web
 - TEMA 02.2. Usabilidad y experiencia de usuario: Cómo hacer productos digitales enfocados al usuario
 - TEMA 02.3. Search Engine Optimization (SEO)
 - TEMA 02.4. Análisis Web: Cómo medir y optimizar los procesos críticos en entornos digitales.
 - TEMA 02.5. Métricas, Optimización y Gestión de proyectos SEO
 - CAPITULO 03. CREATIVIDAD DIGITAL Y SEM
 - TEMA 03.1. El briefing de una campaña digital
 - TEMA 03.2. Realizar Test de verificación y validación en entornos digitales
 - TEMA 03.3. Construcción de campañas y ofertas de calidad
 - TEMA 03.4. Search Engine Marketing (SEM): planificación, ejecución y medición de campañas SEM
 - CAPITULO 04. MEDIOS DIGITALES ACTUALES Y EMERGENTES
 - TEMA 04.1. E-mail marketing: de la A a la Z
 - TEMA 04.2. Affiliate Marketing
 - TEMA 04.3. Display Advertising and Rich Media
 - TEMA 04.4. Branded Content
 - TEMA 04.5. Mobile Marketing
 - TEMA 04.6. Producción aplicada a proyectos en el Móvil
 - TEMA 04.7. Geolocalización

Calendario

MeSES Semanas Días Lista < Hoy >

Noviembre 2013

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
28	29	30	31	01	02	03
04	05	06	07	08	09	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	01

Una vez seleccionado el Tema dentro de los contenidos de la materia aparecerá lo siguiente: Información del número y tipo de horas, los recursos y actividades del tema seleccionado

Contenidos de la Materia Contraer Expandir Recursos Actividades

- MATERIA: MARKETING DIGITAL
 - CAPITULO 01. MARKETING, ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN DIGITAL
 - TEMA 01.1. Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital
 - TEMA 01.2. Fuentes de información e investigación en los medios digitales
 - TEMA 01.3. Aspectos del ámbito de marketing, publicidad y contenido digital
 - TEMA 01.4. Organización, Dirección y Desarrollo de Proyectos Digitales
 - TEMA 01.5. La planificación y contratación de medios digitales
 - TEMA 01.6. Las métricas y el análisis de resultados de la inversión en los medios digitales
 - TEMA 01.7. Análisis de la Rentabilidad (ROI) en un Plan de Marketing Digital

TEMA 01.1: Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital

HORAS	RECURSOS	ACTIVIDADES
Teóricas 2	Nuevo	Nueva
Prácticas 3	Ver Recursos (1)	Ver Actividades (1)
Autónomas 5		

TEMA 01.1: Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital

HORAS	RECURSOS	ACTIVIDADES
Teóricas 2	Nuevo	Nueva
Prácticas 3	Ver Recursos (1)	Ver Actividades (1)
Autónomas 5		

Para Agregar un recurso clic en el botón **Nuevo** en la sección de Recursos, y aparecerá una pantalla donde se seleccionara el tipo de recurso, se escribirá una descripción y en el botón **Seleccionar Archivo** se podrá elegir en archivo adjunto que se va a cargar. Una Vez Completado el proceso clic en **Crear**

TEMA 01.1: Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital			HORAS	RECURSOS	ACTIVIDADES
Teóricas	2	Nuevo		Nueva	
Prácticas	3	Ver Recursos (1)		Ver Actividades (1)	
Autónomas	5				

Recurso x

Crear Recurso [Crear](#)

Tipo Recurso Archivo sin Formato

* Descripción

Uri

Archivo Adjunto [Seleccionar archivo](#) No se ha seleccionado ningún archivo

Una vez creado el recurso se lo podrá visualizar haciendo clic en el botón **Ver Recursos** en la sección de Recursos, y aparecerá una pantalla donde se muestran todos los recursos creados para el tema seleccionado.

TEMA 01.1: Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital			HORAS	RECURSOS	ACTIVIDADES
Teóricas	2	Nuevo		Nueva	
Prácticas	3	Ver Recursos (1)		Ver Actividades (1)	
Autónomas	5				

Lista Recursos x

Q- [Go](#) [Actions](#) v

Contenido

Contenido : TEMA 01.1: Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital

	Tipo	Descripcion	Fecha Creacion	Nombre de Adjunto	Uri	Estado	Descargar	Abrir
Editar	Imagen	Componentes del Marketing Digital	10/11/2013 15:04:39	Esquema_Marketing_Digital.png	-	A	Descargar	Abrir

1 - 1

Se podrá descargar o abrir el recurso directamente (la opción de Abrir solo funcionara en los tipos de archivos que sean compatibles con el navegador web que se esté utilizando)



Además se con la opción editar podremos ir a modificar la información del recurso o actualizar.

Editar Recurso Cancelar Guardar

Tipo de Recurso: Imagen Valoración: ★★★★★

Descripción:

Estado: Activo

Fecha Creación: 10/11/2013 15:04:39

Url:

Adjunto Data: [Seleccionar archivo](#) No se ha seleccionado ningún archivo [Descargar](#)

Nombre de Adjunto: Esquema_Marketing_Digital.png

Tipo de Adjunto: image/png

Última actualización de Adjunto: 11/11/2013 12:09:22

Para aplicar los cambios clic en **Guardar** y para no hacer ningún cambio clic en **Cancelar**

Para Agregar una Actividad clic en el botón **Nueva** en la sección de ACTIVIDADES, y aparecerá una pantalla donde se escribe un título para la actividad, se selecciona el tipo de actividad, se escribirá una descripción, se establece una fecha de inicio y una fecha de fin e intentos permitidos para la entrega de la actividad por los estudiantes, también se puede adjuntar un archivo con el botón **Seleccionar Archivo**. Una vez completado el proceso clic en **Crear**

TEMA 01.1: Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital			RECURSOS	ACTIVIDADES
Teóricas	2		Nuevo	Nueva
Prácticas	3		Ver Recursos (1)	Ver Actividades (1)
Autónomas	5			

Crear Actividad Académica Crear

* Título

* Tipo Actividad

* Descripción Realizar el informe del plan de marketing, como se presenta en el documento adjunto a esta tarea, para mas información visite la url.
134 of 200

Url

* Fecha Inicio * Fecha Fin

*Codigo Parcial

Adjunto Data Informe.docx

* Intentos Permitidos

Clave

Una vez creada la Actividad se lo podrá visualizar haciendo clic en el botón **Ver Actividades** en la sección de ACTIVIDADES, y aparecerá una pantalla donde se muestran todas las actividades creados para el tema seleccionado.

TEMA 01.1: Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital			HORAS	RECURSOS	ACTIVIDADES
Teóricas	2	<input type="button" value="Nuevo"/>		<input type="button" value="Nueva"/>	
Prácticas	3	<input type="button" value="Ver Recursos (1)"/>		<input type="button" value="Ver Actividades (1)"/>	
Autónomas	5				

Lista Actividades Académicas

Q- Go Actions

Contenido

Contenido : TEMA 01.1: Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital

	Calificar	Tipo	Título	Descripción	Desde	Hasta	Parcial	Adjunto	Ver	
<input type="button" value="Editar"/>	<input type="button" value="Calificar"/>	Deberes	Plan de Marketing	Realizar el informe del plan de marketing, como se presenta en el documento adjunto a esta tarea, para mas información visite la url.	31/10/2013 14:33:23	05/11/2013 00:00:00	N1	Definición de Plan de Mercadotecnia.pdf	<input type="button" value="Abrir"/>	<input type="button" value="Descargar"/>

1 - 1

Se podrá descargar o abrir el archivo adjunto a la Actividad Académica creada (la opción de Abrir solo funcionara en los tipos de archivos que sean compatibles con el navegador web que se esté utilizando)

Lista Actividades Académicas

Q- Go Actions

Contenido

Contenido : TEMA 01.1: Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital

	Calificar	Tipo	Título	Descripción	Desde	Hasta	Parcial	Adjunto	Ver	
<input type="button" value="Editar"/>	<input type="button" value="Calificar"/>	Deberes	Plan de Marketing	Realizar el informe del plan de marketing, como se presenta en el documento adjunto a esta tarea, para mas información visite la url.	31/10/2013 14:33:23	05/11/2013 00:00:00	N1	Definición de Plan de Mercadotecnia.pdf	<input type="button" value="Abrir"/>	<input type="button" value="Descargar"/>

1 - 1

Vista Previa Regresar

Definición de Plan de Mercadotecnia:

- Según la *American Marketing Association* (A.M.A.), el **plan de mercadotecnia** es un documento compuesto por un análisis de la situación de mercadotecnia actual, el análisis de las oportunidades y amenazas, los objetivos de mercadotecnia, la estrategia de mercadotecnia, los programas de acción y los ingresos proyectados (el estado proyectado de pérdidas y utilidades). Este plan puede ser la única declaración de la dirección estratégica de un negocio, pero es más probable que se aplique solamente a una marca de fábrica o a un producto específico. En última situación, el **plan de mercadotecnia** es un mecanismo de la puesta en práctica que se integra dentro de un plan de negocio estratégico total [1].
- Según McCarthy y Perrault, el **plan de mercadotecnia** (marketing), es

Además se con la opción editar podremos ir a modificar la información de la actividad o actualizarla.

Lista Actividades Académicas

Q- Go Actions

Contenido

Contenido : TEMA 01.1: Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital

	Calificar	Tipo	Título	Descripción	Desde	Hasta	Parcial	Adjunto	Ver	
Editar	Calificar	Deberes	Plan de Marketing	Realizar el informe del plan de marketing, como se presenta en el documento adjunto a esta tarea, para mas información visite la url.	31/10/2013 14:33:23	05/11/2013 00:00:00	N1	Definición de Plan de Mercadotecnia.pdf	Abrir	Descargar

1 - 1

Lista Actividades Académicas

Carrera: Ingeniería en Mercadotecnia
Materia: MARKETING DIGITAL
Nivel: 06
Paralelo: M

Editar Actividad Académica

* Título: Plan de Marketing Valoración

* Tipo Actividad: Deberes

* Descripción: Realizar el informe del plan de marketing, como se presenta en el documento adjunto a esta tarea, para mas información visite la url.
134 of 200

Url: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/plan-mercadotecnia.html>

* Fecha Inicio: 31/10/2013 14:33:23 * Fecha Fin: 05/11/2013 00:00:00

* Estado: Activa

* Código Parcial: NOTA1

Adjunto Data: [Seleccionar archivo](#) No se ha seleccionado ningún archivo [Descargar](#)

Clave:

It noviembre 2013

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sá	Do
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

Hoy Cerrar

Cancelar Guardar

Para aplicar los cambios clic en **Guardar** y para no hacer ningún cambio clic en **Cancelar**

En la opción Calificar, se podrá visualizar las tareas que han respondido los estudiantes a esta actividad

Lista Actividades Académicas

Q- Go Actions

Contenido

Contenido : TEMA 01.1: Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital

	Calificar	Tipo	Título	Descripción	Desde	Hasta	Parcial	Adjunto	Ver	
Editar	Calificar	Deberes	Plan de Marketing	Realizar el informe del plan de marketing, como se presenta en el documento adjunto a esta tarea, para mas información visite la url.	31/10/2013 14:33:23	05/11/2013 00:00:00	N1	Definición de Plan de Mercadotecnia.pdf	Abrir	Descargar

1 - 1

Lista Actividades Académicas

Carrera: Ingeniería en Mercadotecnia
Materia: MARKETING DIGITAL
Nivel: 06
Paralelo: M

Q- Go Actions << Ver mas Actividades de esta Materia

	Apellidos & Nombres	Foto	Intentos	Descripcion	Adjunto	Ver	Calificacion	Observacion	Entregado
Detalles	MEJIA QUMBIAMBA EVELIN ALEXANDRA		0	Mi plan de Marketing	Mi Plan de MARKETNG.pdf	Descargar Abrir	<input type="text"/>	-	SI
Detalles	ACOSTA OGONAGA MARSHORY VANESSA		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
Detalles	ARCOS POZO WILLIAM ARMANDO		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
Detalles	ARIAS FICHAMBA AIDA ESTHELA		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
Detalles	BALLESTEROS YALAMA JOSELYN TERESA		1	-	-	-	<input type="text" value="8"/>	-	NO

Se podrá descargar o abrir el archivo adjunto a la Actividad Académica subida por el estudiante (la opción de Abrir solo funcionara en los tipos de archivos que sean compatibles con el navegador web que se esté utilizando)

Lista Actividades Académicas

Carrera: Ingeniería en Mercadotecnia
Materia: MARKETING DIGITAL
Nivel: 06
Paralelo: M

Q- Go Actions << Ver mas Actividades de esta Materia

	Apellidos & Nombres	Foto	Intentos	Descripcion	Adjunto	Ver	Calificacion	Observacion	Entregado
Detalles	MEJIA QUMBIAMBA EVELIN ALEXANDRA		0	Mi plan de Marketing	Mi Plan de MARKETNG.pdf	Descargar Abrir	<input type="text"/>	-	SI
Detalles	ACOSTA OGONAGA MARSHORY VANESSA		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
Detalles	ARCOS POZO WILLIAM ARMANDO		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
Detalles	ARIAS FICHAMBA AIDA ESTHELA		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
Detalles	BALLESTEROS YALAMA JOSELYN TERESA		1	-	-	-	<input type="text" value="8"/>	-	NO

Lista Actividades Académicas

Carrera: Ingeniería en Mercadotecnia
Materia: MARKETING DIGITAL
Nivel: 06
Paralelo: M

Actividad Académica Alumno

Vista Previa

Análisis de Situación
(diagnóstico) 1

Definición Estratégica
(rumbo) 2

Planificación
(camino) 3

Ejecución
(acción) 4

Plan de Marketing Integral

[Detalles](#) [Detalles](#) [Detalles](#) [Detalles](#) [Detalles](#)

	Apellidos & Nombres	Foto	Intentos	Descripcion	Adjunto	Ver	Calificacion	Observacion	Entregado
Detalles	BALLESTEROS YALAMA JOSELYN TERESA		1	-	-	-	<input type="text" value="8"/>	-	NO

Se podrá ver los detalles de la Actividad Académica subida por el estudiante, poner una nota y agrega una observación

Lista Actividades Académicas

Carrera: Ingeniería en Mercadotecnia
Materia: MARKETING DIGITAL
Nivel: 06
Paralelo: M

Q- Go Actions << Ver mas Actividades de esta Materia

	Apellidos & Nombres	Foto	Intentos	Descripcion	Adjunto	Ver	Calificacion	Observacion	Entregado
Detalles	MEJIA QUMBIAMBA EVELIN ALEXANDRA		0	Mi plan de Marketing	Mi Plan de MARKETING.pdf	Descargar Abrir	<input type="text"/>	-	SI
Detalles	ACOSTA OGNAGA MARSHORY VANESSA		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
Detalles	ARCOS POZO WILLIAM ARMANDO		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
Detalles	ARIAS FICHAMBA AIDA ESTHELA		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
Detalles	BALLESTEROS YALAMA JOSELYN TERESA		1	-	-	-	<input type="text" value="8"/>	-	NO

Lista Actividades Académicas

Editar Actividad Académica Alumno [Cancelar](#) [Guardar](#)

Cédula Alumno: 1726571654 Intentos Disponibles:

Descripcion: Mi plan de Marketing

Url:

Nombre de Adjunto: Mi Plan de MARKETING.pdf [Descargar](#)

Última Actualización de Adjunto: 11/11/2013 15:29:41

Calificacion:

Observacion del Docente:

También se puede ingresar la nota directamente sin ingresar a detalles

Lista Actividades Académicas

Carrera: Ingeniería en Mercadotecnia
Materia: MARKETING DIGITAL
Nivel: 06
Paralelo: M

Q- Go Actions << Ver mas Actividades de esta Materia

	Apellidos & Nombres	Foto	Intentos	Descripcion	Adjunto	Ver	Calificacion	Observacion	Entregado
Detalles	MEJIA QUMBIAMBA EVELIN ALEXANDRA		0	Mi plan de Marketing	Mi Plan de MARKETING.pdf	Descargar Abrir	<input type="text"/>	-	SI
Detalles	ACOSTA OGNAGA MARSHORY VANESSA		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
Detalles	ARCOS POZO WILLIAM ARMANDO		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
Detalles	ARIAS FICHAMBA AIDA ESTHELA		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
Detalles	BALLESTEROS YALAMA JOSELYN TERESA		1	-	-	-	<input type="text" value="8"/>	-	NO

Lista Actividades Académicas

Carrera: Ingeniería en Mercadotecnia
Materia: MARKETING DIGITAL
Nivel: 06
Paralelo: M

Q- Go Actions

Información
La nota se ha registrado correctamente
<< Ver más Actividades de esta Materia

	Apellidos & Nombres	Foto	Intentos	Descripción	Adjunto	Ver	Calificación	Observación	Entregado
Detalles	MEJIA QUIMBIAMBA EVELIN ALEXANDRA		0	MI plan de Marketing	MI Plan de MARKETING.pdf	Descargar Abrir	8	Muy bien	SI
Detalles	ACOSTA OGONAGA MARSHORY VANESSA		1	-	-	-	10	-	NO
Detalles	ARCOS POZO WILLIAM ARMANDO		1	-	-	-	10	-	NO
Detalles	ARIAS FICHAMBA AIDA ESTHELA		1	-	-	-	10	-	NO
Detalles	BALLESTEROS YALAMA JOSELYN TERESA		1	-	-	-	8	-	NO

Se tiene un calendario donde están planificadas todas las Actividades, identificando con verde las Actividades que ya se han calificado a todos los estudiantes, y con rojo las actividades que todavía no se han calificado.



Introducción

MARKETING DIGITAL: Es una asignatura de carácter teórico práctico que permite al marketing no dejar de lado el mundo digital. El futuro está en la integración de los nuevos medios digitales en las estrategias de marketing y comunicación, permitiendo generar un gran potencial de los nuevos modelos de relación.

Avance

37.5% Planificado
68.75% Ejecutado

Silabo



[Ver Silabo](#)

- TEMA 01.4. Organización, Dirección y Desarrollo de Proyectos Digitales
- TEMA 01.5. La planificación y contratación de medios digitales
- TEMA 01.6. Las métricas y el análisis de resultados de la inversión en los medios digitales
- TEMA 01.7. Análisis de la Rentabilidad (ROI) en un Plan de Marketing Digital
- CAPITULO 02. WEB MARKETING. USABILIDAD Y SEO
 - TEMA 02.1. Diseño y Desarrollo de un proyecto web
 - TEMA 02.2. Usabilidad y experiencia de usuario. Cómo hacer productos digitales enfocados al usuario
 - TEMA 02.3. Search Engine Optimization (SEO)
 - TEMA 02.4. Analítica Web: Cómo medir y optimizar los procesos críticos en entornos digitales.
 - TEMA 02.5. Métricas, Optimización y Gestión de proyectos SEO
- CAPITULO 03. CREATIVIDAD DIGITAL Y SEM
 - TEMA 03.1. El briefing de una campaña digital
 - TEMA 03.2. Realizar Test de verificación y validación en entornos digitales
 - TEMA 03.3. Construcción de campañas y ofertas de calidad
 - TEMA 03.4. Search Engine Marketing (SEM): planificación, ejecución y medición de campañas SEM
- CAPITULO 04. MEDIOS DIGITALES ACTUALES Y EMERGENTES
 - TEMA 04.1. E-mail marketing: de la A a la Z
 - TEMA 04.2. Affiliate Marketing
 - TEMA 04.3. Display Advertising y Rich Media
 - TEMA 04.4. Branded Content
 - TEMA 04.5. Mobile Marketing
 - TEMA 04.6. Producción aplicada a proyectos en el Móvil
 - TEMA 04.7. Geolocalización
 - TEMA 04.8. Web TV Streaming
- CAPITULO 05. SOCIAL MEDIA MARKETING
 - TEMA 05.1. Introducción a las Redes Sociales y las Comunidades Virtuales
 - TEMA 05.2. Proyecto de Social Media
 - TEMA 05.3. Facebook, Twitter y LinkedIn
 - TEMA 05.4. RRRP 2.0 y Online Reputation Management (ORM)
 - TEMA 05.5. Analítica y Reporting de Resultados en Redes Sociales
- CAPITULO 06. COMERCIO ELECTRÓNICO
 - TEMA 06.1. Planificación y Desarrollo de un Plan Estratégico de Comercio Electrónico
 - TEMA 06.2. Estructura tecnológica en e-commerce
 - TEMA 06.3. Claves para la construcción de un website de éxito en e-commerce
 - TEMA 06.4. Cómo lograr e incrementar las ventas en e-commerce
 - TEMA 06.5. Medios de pago online y e-commerce móvil
 - TEMA 06.6. Aspectos jurídico-prácticos en e-commerce

Calendario

Meses Semanas Días Lista < Hoy >

Noviembre 2013

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
28	29	30	31	01	02	03
04	05	06	07	08	09	10
11	12	13	14	15	16	17
	Plan de Marketing				Medios Digitales	
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	01

Miembros



Calendario

Meses Semanas Días Lista < Hoy >

Noviembre 2013

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
28	29	30	31	01	02	03
04	05	06	07	08	09	10
11	12	13	14	15	16	17
	Plan de Marketing				Medios Digitales	
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	01

Dando clic en la actividad del calendario se abre una ventana donde se puede editar la actividad

11	12
Plan de Marketing	
18	19

