

# 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](http://www.utn.edu.ec/docentes) y seleccionar la opción **VER MI PORTAFOLIO DOCENTE**



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

● Iniciar Sesión

CUENTA  
D1023456789

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
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	01

svrapp3.utn.edu.ec:9001/apcv/?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. The top navigation bar includes 'Inicio', 'Perfil Docente', 'Registro Académico', 'Syllabus', 'Horario', and 'Bienes en Custodia'. The 'Registro Académico' section is active, showing a progress bar for 'Materias Dictadas' and a search bar. Below the search bar, there are filters for 'Materia', 'Niv.', 'Par.', and 'Carrera'. The main content area displays two subjects: 'MARKETING DIGITAL' and 'NUEVAS TICs'. Each subject has a progress bar and a table with columns for 'Avance', 'N° Est.', 'Bibliografía', 'Asistencia', 'Avance', 'Notas', and 'Aula Virtual'. The 'Aula Virtual' column contains buttons for each subject.

Se podrá visualizar información de la materia elegida

The screenshot shows the 'Portafolio del Docente - UTN' interface with the 'Aula Virtual' section active. The main heading is 'BIENVENID@ A MARKETING DIGITAL'. On the left, there is a sidebar with 'Información' (Docente, Introducción, Avance, Silabo) and 'Ver Silabo' button. The main content area is titled 'Contenidos de la Materia' and lists various topics and sub-topics under 'MATERIA: MARKETING DIGITAL'. On the right, there is a 'Calendario' section showing a calendar for November 2013 with 'Plan de Marketing' and 'Medios Digitales' highlighted. Below the calendar is a 'Miembros' section showing a grid of student portraits.

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:**

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

---

<b>TIPO EMPLEADO:</b> ADMINISTRATIVO	<b>TIPO NOMBRAMIENTO:</b> ADMINISTRATIVOS	<b>CARGO ACTUAL:</b> 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

### 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**

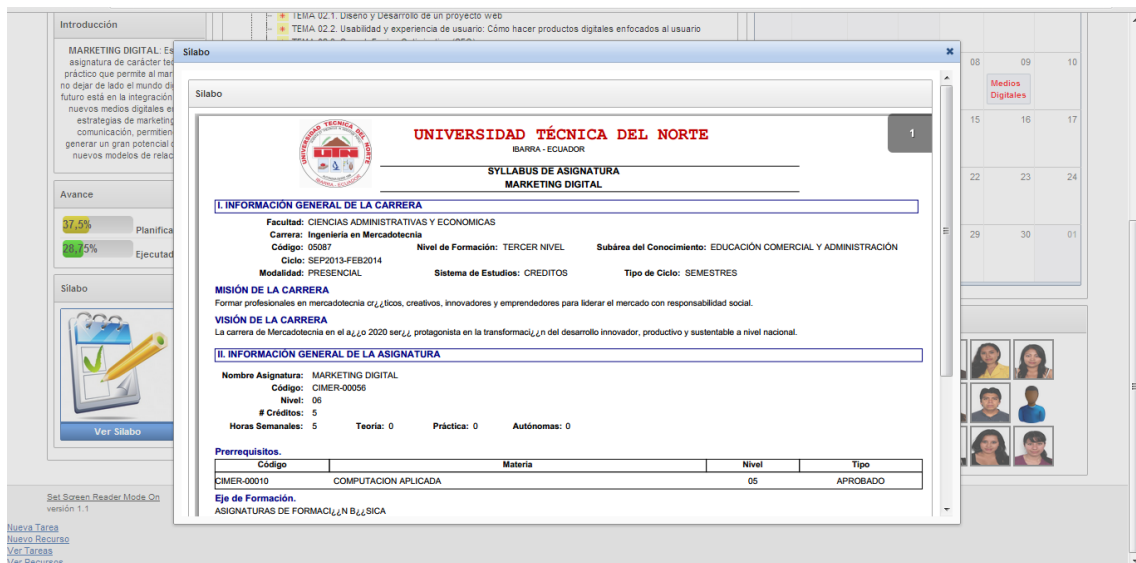
37,5%

**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



The screenshot shows a web interface for a course syllabus. The main content area displays the following information:

**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 la 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

On the left side of the interface, there is a sidebar with a 'Ver Sílabo' button and progress indicators for 'Planificación' (97.5%) and 'Ejecución' (75%). On the right, there is a calendar and a grid of user avatars.

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	<span>Nuevo</span>	<span>Nueva</span>
Prácticas 3	<span>Ver Recursos (1)</span>	<span>Ver Actividades (1)</span>
Autónomas 5		

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

HORAS		RECURSOS	ACTIVIDADES
Teóricas	2	<span>Nuevo</span>	<span>Nueva</span>
Prácticas	3	<span>Ver Recursos (1)</span>	<span>Ver Actividades (1)</span>
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	<a href="#">Nuevo</a>		<a href="#">Nueva</a>	
Prácticas	3	<a href="#">Ver Recursos (1)</a>		<a href="#">Ver Actividades (1)</a>	
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	<a href="#">Nuevo</a>		<a href="#">Nueva</a>	
Prácticas	3	<a href="#">Ver Recursos (1)</a>		<a href="#">Ver Actividades (1)</a>	
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
<a href="#">Editar</a>	Imagen	Componentes del Marketing Digital	10/11/2013 15:04:39	Esquema_Marketing_Digital.png	-	A	Descargar	<a href="#">Abrir</a>

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:  Valoración: ★★★★★

Descripción:

Estado:

Fecha Creación: 10/11/2013 15:04:39

Url:

Adjunto Data:  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		<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			

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	
<a href="#">Editar</a>	<a href="#">Calificar</a>	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	<a href="#">Abrir</a>	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:

Calendar: Noviembre 2013

[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	
<a href="#">Editar</a>	<a href="#">Calificar</a>	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	<a href="#">Abrir</a>	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
<a href="#">Detalles</a>	MEJIA QUMBIAMBA EVELIN ALEXANDRA		0	Mi plan de Marketing	Mi Plan de MARKETNG.pdf	Descargar <a href="#">Abrir</a>	<input type="text"/>	-	SI
<a href="#">Detalles</a>	ACOSTA OGONAGA MARSHORY VANESSA		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
<a href="#">Detalles</a>	ARCOS POZO WILLIAM ARMANDO		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
<a href="#">Detalles</a>	ARIAS FICHAMBA AIDA ESTHELA		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
<a href="#">Detalles</a>	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
<a href="#">Detalles</a>	MEJIA QUMBIAMBA EVELIN ALEXANDRA		0	Mi plan de Marketing	Mi Plan de MARKETNG.pdf	Descargar <a href="#">Abrir</a>	<input type="text"/>	-	SI
<a href="#">Detalles</a>	ACOSTA OGONAGA MARSHORY VANESSA		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
<a href="#">Detalles</a>	ARCOS POZO WILLIAM ARMANDO		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
<a href="#">Detalles</a>	ARIAS FICHAMBA AIDA ESTHELA		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
<a href="#">Detalles</a>	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](#)

[Detalles](#) BALLESTEROS YALAMA JOSELYN TERESA 1 - - - -  - 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
<a href="#">Detalles</a>	MEJIA QUMBIAMBA EVELIN ALEXANDRA		0	Mi plan de Marketing	Mi Plan de MARKETING.pdf	Descargar <a href="#">Abrir</a>	<input type="text"/>	-	SI
<a href="#">Detalles</a>	ACOSTA OGNAGA MARSHORY VANESSA		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
<a href="#">Detalles</a>	ARCOS POZO WILLIAM ARMANDO		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
<a href="#">Detalles</a>	ARIAS FICHAMBA AIDA ESTHELA		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
<a href="#">Detalles</a>	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
<a href="#">Detalles</a>	MEJIA QUMBIAMBA EVELIN ALEXANDRA		0	Mi plan de Marketing	Mi Plan de MARKETING.pdf	Descargar <a href="#">Abrir</a>	<input type="text"/>	-	SI
<a href="#">Detalles</a>	ACOSTA OGNAGA MARSHORY VANESSA		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
<a href="#">Detalles</a>	ARCOS POZO WILLIAM ARMANDO		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
<a href="#">Detalles</a>	ARIAS FICHAMBA AIDA ESTHELA		1	-	-	-	<input type="text" value="10"/>	-	NO
<a href="#">Detalles</a>	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
<a href="#">Detalles</a>	MEJIA QUIMBIAMBA EVELIN ALEXANDRA		0	MI plan de Marketing	MI Plan de MARKETING.pdf	Descargar <a href="#">Abrir</a>	8	Muy bien	SI
<a href="#">Detalles</a>	ACOSTA OGONAGA MARSHORY VANESSA		1	-	-	-	10	-	NO
<a href="#">Detalles</a>	ARCOS POZO WILLIAM ARMANDO		1	-	-	-	10	-	NO
<a href="#">Detalles</a>	ARIAS FICHAMBA AIDA ESTHELA		1	-	-	-	10	-	NO
<a href="#">Detalles</a>	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  
86.75% 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

