

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE MEXICO
INFORMACIÓN GENERAL DEL CURSO

ASIGNATURA: Mercadotecnia en Internet

PROFESOR: Miguel Ángel Romero Saúl.

HORARIO: miércoles de 8 a 10 p.m. y sábados de 9 a 11 a.m.

CICLO: Octavo cuatrimestre CLAVE DE LA ASIGNATURA: LM4803

OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA

Al finalizar el curso, el alumno será capaz de:

- Seleccionar la estrategia de mercadotecnia para un negocio electrónico.
- Establecer el uso de Internet como una herramienta viable de mercadotecnia.

ASISTENCIA:

- Hora de entrada miércoles 8 p.m. y sábados 9 a.m., ambos días existirá una tolerancia de 10 minutos.
- No existen retardos tal como lo contempla el reglamento de la universidad.
- De acuerdo al reglamento de la universidad el máximo de faltas es de 5, en el caso de llegar a la 6ta. el alumno perderá derecho a examen final, pudiendo continuar asistiendo a clases.
- No habrá justificación de faltas por parte del profesor.
- En caso de tener que faltar favor de avisar oportunamente vía correo electrónico a la siguiente dirección: mercadotecniaeninternet@yahoo.com, lo anterior no implica que la falta será justificada.
- Por ningún motivo el alumno podrá abandonar el salón de clase.

EVALUACIÓN:

- Tal y como lo marca el reglamento de la institución los porcentajes de evaluación son los siguientes:

Examen parcial	20%
Examen final	70% (50% examen final – 20% trabajo final)
Actvs. de aprendizaje	10%

Actividades de aprendizaje (10% de la calificación final):

- Estas serán integradas por: casos, lecturas de artículos y tareas.
- Es importante mencionar que todo el contenido de las actividades será incluido en el examen parcial y final.

Evaluación trabajo final (20% de la calificación final)

Se tomarán en cuenta los siguientes puntos para la evaluación del trabajo final

1. Entrega de Avances y entrega final:
 - Primer Avance 8 de Junio
 - Segundo Avance 6 de Julio
 - Tercer Avance 27 de Julio
 - Entrega final y presentación miércoles 10 y sábado 13 de Agosto
2. Presentación escrita del trabajo (se evaluará limpieza, ortografía y redacción)
3. Presentación oral en formato ejecutivo de 20 minutos por equipo

Se evaluará:

- Vestimenta
 - Expresión Oral
 - Control del grupo
 - Manejo de respuestas
4. Contenido

Tanto el trabajo impreso como la presentación deben de contar con la siguiente estructura:

Contenido de un Plan de Mercadotecnia

1. Resumen Ejecutivo.
2. Análisis de la Situación Actual
3. Oportunidades y Amenazas
4. Objetivos y Metas
5. Estrategia de como alcanzar las metas trazadas
6. Estado Proyectado de las perdidas y utilidades
7. Ejecución del plan
8. Planes de contingencia
9. Monitoreo y control

ENTREGA DE TRABAJOS, CASOS, INVESTIGACIONES Y LECTURAS

- La entrega deberá de realizarse el día y hora de clase indicado, se sugiere utilizar papel reciclado o enviar a mercadotecniaeninternet@yahoo.com antes de la hora de clase.
- La evaluación se verá afectada por faltas de ortografía, copias de libros o documentos bajados del Internet, mala redacción y una mala presentación.

CORREO ELECTRÓNICO DEL ALUMNO

- Es necesario que todos cuenten con una cuenta de correo electrónico la cual contenga su nombre (no sobrenombres ejemplo: pollita@hotmail.com).
- No olviden escanear sus archivos con su antivirus.

GENERALES:

- Queda estrictamente prohibido el uso de teléfonos celulares y radio localizadores.
- El acceso a personas ajenas a la materia no esta permitido.
- Se aconseja contar con un diccionario en inglés, ya que muchas de las lecturas serán en este idioma.

BIBLIOGRAFÍA:

Título	Autor	Editorial	Año
Marketing.com y comercio electrónico en la sociedad de la información	Ardura Rodríguez	Pirámide	2002
Internet Marketing	Hofacker, Charles F,	John Wiley	2001
E-marketing	Strauss, Jusy; Frost, Raymond D.; El-Ansary, Adel I.	Prentice Hall	2003