



República Bolivariana de Venezuela
 Universidad Bicentaria de Aragua
 Vicerrectorado Académico
 Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales
 Escuela de Comunicación Social



UNIDAD CURRICULAR		TRIMESTRE	CÓDIGO	PRELACIÓN	UNIDADES CRÉDITO
MARKETING DIGITAL		X	FER6AM	140 UC	03
DENSIDAD HORARIA					
COMPONENTE ASISTIDO POR EL DOCENTE		OTROS COMPONENTES		TOTAL HORAS SEMANALES	
HORAS GUIADAS		HORAS DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO			
04		08		12	
EJE DE FORMACION DE COMPETENCIA					
COMPETENCIA GÉNERICA <input type="checkbox"/>	ESPECIFICA BÁSICA <input type="checkbox"/>	ESPECIFICA DE EJES <input checked="" type="checkbox"/>	ESPECIFICA INVESTIGACION <input type="checkbox"/>		
COMPETENCIA					
Aplica el marketing digital en la elaboración de proyectos que permitan satisfacer las necesidades del mercado a partir de criterios de emprendimiento, como posicionamiento de imagen de marca, desde una visión crítica, responsable y creativa.					
UNIDADES DE COMPETENCIA		NÚCLEOS TEMATICOS		ESTRATEGIAS	
Analiza los fundamentos teóricos conceptuales que componen el Marketing Digital.		La tecnología en el mercado comunicacional. Mercadeo Digital o Marketing 2.0 Marketing Digital Personalización y Desarrollos del Marketing Digital Segmentación e Influencia del Marketing		<ul style="list-style-type: none"> - Disertación del Profesor - Discusión Grupal - Presentación de casos Reales - Consultas en línea - Tutorías - Visualización de videos - Foro digital - Wiki - Desarrollo de productos en la red - Proyectos - Blog digital - Seminarios - Trabajo cooperativo 	
Aplica las estrategias de marketing digital en el emprendimiento innovador en el mercado para mejorar el entorno de la empresa.		Estrategias de Marketing de la era Digital E-Business - E-Marketing Comercio Electrónico en la nueva era digital Beneficios para los Compradores - Beneficios para los Vendedores Planificación Estratégica : Diseño de estrategias empresariales. Estudio de Relaciones Públicas			
Valora la innovación tecnología en el desarrollo de nuevos productos, que responde a las demandas sociales,		Innovación tecnológica en la comunicación social Marketing 3.0 y la Responsabilidad Social Empresarial-La Competencia Tendencias del Marketing 3.0 y 10 Mandamientos del MKT 3.0 según Kotler.			
REFERENCIA					
Clark, D. (2012), The End of the Expert: Why No One in Marketing Knows What They're Doing, E.E.U.U.: Forbes Kates, M. (2013), Marketing Digital and Traditional Marketing work together, E.E.U.U.: Econsultancy Moreno M. (2014)El gran libro del Community Manager: Técnicas y Herramientas para sacarle partido a las redes sociales y triunfar en social media. España, Barcelona: Gestión Rojas P y Redondo M. (2013) Como preparar un Plan de Social Media Marketing . España, Barcelona: Gestión Vv.aa. (2015) Marketing Digital .España: Uoc (Universitat Oberta de Catalunya)					

Dra. Edilia Teresa Papa Arcila
 Secretaria General