



Tecnologías de la información y comunicación

4º semestre

Clave:

LIC 09142422

TSU 10142523

Unidad 2. El mercado digital



**División de Ciencias
Sociales y Administrativas**





Índice

Foro de planeación didáctica	2
Presentación	2
Competencia Específica	3
Propósitos	3
Actividad 1. Mercado digital. Foro	4
Actividad 2. Big Data y plataforma digital. Tarea	5
Evidencia de aprendizaje. Propuesta de investigación de mercados Online. Tarea	6
Cierre	7
Fuentes de consulta	8



Foro de planeación didáctica

En este espacio tu docente en línea te dará a conocer los lineamientos para realizar las actividades correspondientes a esta unidad. También puedes utilizar este medio para comunicarte con tu docente o compañeros(as) sobre cualquier aspecto relacionado con los temas de la unidad.

Recuerda que este foro NO es para que envíes ninguna de tus actividades, para ello existe una sección en donde podrás entregar cada una de ellas.

Presentación

En la presente unidad has conocido fundamentos ante el conjunto de actividades que permiten satisfacer las necesidades de un mercado bien definido que demanda productos y servicios a través de la Word Wide Web.

En esta Unidad 2, aplicarás los conocimientos obtenidos en el contenido nuclear, acerca del desarrollo y evolución que se ha generado hacia el mercado digital, para analizar e identificar los aspectos claves de su definición, donde clarificaremos los beneficios, ventajas y procesos en la Mercadotecnia Internacional en la construcción de habilidades, destrezas y conocimientos para el diseño de estrategias exitosas en la expansión de mercados internacionales.

Generalmente, el esfuerzo de la mercadotecnia por internet de una organización es congruente con todo su programa de mercadotecnia; en la práctica se maneja como un subsistema de todo el esfuerzo comercial, dirigido a un mercado dispuesto a establecer una relación a largo plazo a través de esta vía. Ahora es momento de realizar tus actividades para esta unidad.

Tecnologías de la información y comunicación

Unidad 2. El mercado digital

Actividades



Competencia Específica

Diferencia las herramientas tecnológicas que promueven la mercadotecnia en medios electrónicos para comprender la dinámica del mercado digital a partir de las tecnologías de la información y comunicación.

Propósitos

- Identificar las herramientas tecnológicas para el mercado digital.
- Distinguir el comportamiento del consumidor digital
- Analizar e identificar la aplicación de las Tecnologías de la Información y la comunicación en la actuación comercial.

Toma nota...

Te exhortamos a abstenerte de cualquier acción de plagio o copia de contenidos, ya que el (la) docente en línea puede detectar esta situación sin dificultad; tu formación exige que todo producto o tarea que reportes sea totalmente original y propio de tu iniciativa y creatividad, con el fin de que en lo sucesivo esta actitud se proyecte directamente en tu práctica profesional.



¡Adelante!



Actividad 1. Mercado digital. Foro

Propósito

En esta actividad socializarás con tus compañeros y tu docente en línea a partir de los conceptos y procesos que se utilizan para realizar la investigación de mercados online. Es momento de realizar la siguiente actividad:

Desarrollo

1. **Ingresa** al foro y **responde** las preguntas que tu docente publicará.
2. **Argumenta** tus respuestas.
3. **Revisa** el instrumento de evaluación de esta actividad.
4. **Retroalimenta** la participación de dos compañeros (as) y señálala por qué sus ideas aportan a tus conocimientos en esta actividad.
5. **Cuida** que tu aportación no presente errores de ortografía o de sintaxis, e **incluye** las referencias bibliográficas de donde obtuviste la información, en formato APA.

Recursos

Para esta actividad, **revisa** en el contenido nuclear del tema 2.3. *la comunicación digital*, con sus respectivos subtemas
También **investiga** en las fuentes propuestas por el (la) docente en línea.



Actividad 2. Big Data y plataforma digital. Tarea

Propósito

En esta actividad identificarás las plataformas digitales como espacios en donde se almacena información. Según la función de la plataforma, tendrá unas características u otras. Y para ello realiza lo siguiente:

Desarrollo

1. **Investiga** un artículo y/o caso práctico de una organización que utilice las aplicaciones técnicas, herramientas Big Data y/o plataforma digital.
2. Posteriormente, **desarrolla** en un mapa conceptual, los elementos clave de la aplicación de Big Data y/o plataforma digital a partir del caso que has seleccionado.
3. **Consulta** la Rúbrica de evaluación para que conozcas cómo será evaluada tu aportación.
4. **Cuida** que tu aportación no presente errores de ortografía o de sintaxis, e **incluye** las referencias bibliográficas de donde obtuviste la información, en formato APA.
5. **Guarda** y **envía** tu aportación con la nomenclatura ITIC_U2_A2_XXYZ. **Sustituye** las XX por las dos letras de tu primer nombre, la Y por la inicial de tu apellido paterno, y la Z por la inicial de tu apellido materno. El docente en línea te enviará la retroalimentación

Recursos

Para esta actividad, **revisa** en el contenido nuclear del tema 1.2.

Tendencias de las TIC con sus respectivos subtemas

También **investiga** en las fuentes propuestas por el (la) docente en línea.



Evidencia de aprendizaje. Propuesta de investigación de mercados Online. Tarea

Propósito

El propósito de esta actividad es que distingas las herramientas online para conocer a tus clientes y ofrecer los que estos requieren, y para ello recurrirás a lo estudiado en esta unidad.

Desarrollo

1. **Revisa** el caso de estudio que tu docente en línea enviará en el espacio de Planeación didáctica de esta unidad.
2. **Redacta** una propuesta de investigación de mercados online para el caso que se te ha enviado en no más de 5 cuartillas. Tu docente en línea te enviará los lineamientos y las características para realizar tu actividad.
3. **Cuida** que tu aportación no presente errores de ortografía o de sintaxis, e **incluye** las referencias bibliográficas de donde obtuviste la información, en formato APA.
4. **Revisa** el instrumento de evaluación para saber cómo será calificada tu actividad.
5. **Guarda** y **envía** tu aportación con la nomenclatura ITIC_U2_EA_XXYZ. **Sustituye** las XX por las dos letras de tu primer nombre, la Y por la inicial de tu apellido paterno, y la Z por la inicial de tu apellido materno. El docente en línea te enviará la retroalimentación.

Recursos

Para esta actividad, **revisa** en el contenido nuclear el tema: 2.4. Big data con sus respectivos subtemas.

También **investiga** en las fuentes propuestas por el (la) docente en línea.



Cierre

En esta unidad te has adentrado en el tema del estudio de la mercadotecnia en su práctica por internet, es decir el mercado digital, el cual se clasifica de una forma directa, por lo tanto, es prima hermana de subsistemas como las ventas cara a cara, el correo directo y el telemarketing, entre otros.

Así mismo, has obtenido conocimientos que te permiten visualizar la importancia del marketing on line dentro de los sistemas electrónicos y como estos tienen a función de llevar al desarrollo, la distribución y la promoción los productos o servicios que se ofrecen dentro de la organización. Pasemos ahora a revisar un tema importante la estrategia y el plan de marketing digital.

¡Adelante con el buen trabajo!



Fuentes de consulta

- Ávalos Sandoval, K. (2013). La gestión responsable de redes sociales digitales en las organizaciones. *Revista Digital Universitaria*.
- Delgado, A. (2016). *Digitalizate*. Recuperado el 08 de Septiembre de 2018, de goo.gl/CzuEmk
- Díaz, C. (Noviembre de 2013). *Mercadotecnia digital y publicidad on line*. Recuperado el 17 de Septiembre de 2018, de goo.gl/7n9Tma
- Excelsior. (28 de 11 de 2015). *14 herramientas para crear una plataforma digital de excelencia*. Recuperado el 19 de Septiembre de 2018, de 14 herramientas para crear una plataforma digital de excelencia: <https://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/14-herramientas-para-crear-una-plataforma-digital-de-excelencia>
- Fischer y Espejo. (2011). *Mercadotecnia* (3era. ed.). México, D.F., México: The McGraw Hill.
- Marketing, I. I. (s.f.). Recuperado el 13 de septiembre de 2018, de <https://iiemd.com/mercadeo-digital/mercadeo-digital-las-aplicaciones>
- Matin-Vares. M. (2017). Enseñanzas iniciales: Nivel I. Ámbito de Ciencia, Tecnología y Sociedad en el mundo actual. En T. y. Enseñanzas iniciales: Nivel I. Ámbito de Ciencia.
- Moro, V. M. & Rodés, B. A. (2014). *Marketing Digital*. Recuperado el 8 de septiembre de 2018, de goo.gl/8FRbfM
- Pérez, M. (2015). Big Data Técnicas, herramientas y aplicaciones. En M. Pérez, *Big Data Técnicas, herramientas y aplicaciones*. Ciudad de México: Alfaomega.
- s.f. (2/8 de Noviembre de 2015). Excelsior. *14 herramientas para crear una plataforma digital de excelencia*.