



Universidad Autónoma de Coahuila

NUEVAS TENDENCIAS DE MARKETING





Introducción al Curso

NUEVAS TENDENCIAS DE MARKETING

BIENVENIDA

Hoy en día las empresas se desenvuelven en una sociedad de comercio global donde no existen ya más las barreras de distancia, comunicación, moneda, medios de transporte o lenguaje. En la actualidad uno de los principales objetivos es darse a conocer, comercializar y ser la opción más atractiva, siempre buscando reducir costos para poder presentar un producto final con un menor costo, tomando en cuenta normativas en cuanto a calidad de refiere.

¿Cómo se puede lograr todo esto? En primera instancia y sin mencionar la parte de la producción, esto se logra mediante la eficiente campaña de marketing que se utilice para comercializar el producto o servicio en cuestión.

En la actualidad muchas personas buscan la manera de emprender, y para ello hacen uso de herramientas que las ayuden a realizar campañas efectivas utilizando medios con mayor alcance.

En este curso tendrás la oportunidad de conocer las herramientas más actuales en cuanto al marketing se refiere, se presentan de forma amplia con material que ayuda a una mejor comprensión.



Introducción al Curso

OBJETIVO DEL CURSO

Que los participantes puedan llevar a cabo prácticas de marketing, adecuando los conocimientos adquiridos a sus intereses ya sea independientes o para la organización para la cual colaboran.

OBJETIVO ESPECÍFICOS

Conocer el marketing tradicional y el marketing 4.0, así como sus diferencias, además de poner en práctica las recomendaciones dadas para la publicidad.

Lograr que los participantes definan y conozcan el funcionamiento de cada uno de los recursos que se presentan en la web, así como impulsarlos a empezar a trabajar con ellos.

Lograr que cada alumno conozca las posibilidades de trabajar con las redes, sobre todo utilizando aquellas que van con el giro de su negocio, sacando el máximo provecho a estas para poder medir y ver los resultados a corto plazo.

Incentivar a los participantes a crear material que puedan difundir, logrando un gran impacto positivo a favor de su marca. También contribuir con la información sobre el comercio en línea, logrando que sea considerado en un plan de expresión de negocio.



Introducción al Curso

DURACIÓN DEL CURSO

Módulo 1: 1 Semana

Módulo 2: 1 Semana

Módulo 3: 1 Semana

Módulo 4: 1 Semana

Total de horas: 20

Horas teóricas: 10 hrs. Horas prácticas: 10 hrs.

Tiempo recomendado de dedicación: entre 1 y 2 horas diarias de lunes a viernes.

DINÁMICA DE TRABAJO

El curso se desarrolla mediante la plataforma de trabajo dentro de la cual podrás encontrar lecturas, documentos en PDF, apoyos visuales como videos, infografías, y presentaciones para una mejor comprensión de los temas a abordar. A si mismo, se realizarán pequeños ejercicios como exámenes y actividades para reforzar los temas vistos.



Introducción al Curso

Es importante mencionar que el facilitador del curso estará en constante comunicación con el grupo con la finalidad de despejar dudas y/o comentarios en lo que al curso se refiere.

CONTENIDO TEMÁTICO

SEMANA I	
Módulo 1: Nuevas Formas de Hacer Marketing <ul style="list-style-type: none">• Marketing Diferenciado<ul style="list-style-type: none">○ Análisis del producto○ Estrategias de diferenciación• Marketing 4.0<ul style="list-style-type: none">○ De lo exclusivo a lo inclusivo○ Cualidades de la marca centrada en el ser humano• Ambush Marketing<ul style="list-style-type: none">○ Ambush directo○ Ambush indirecto• Marketing experimental<ul style="list-style-type: none">○ Experiencias agradables a clientes• Marketing de contenidos	<ol style="list-style-type: none">1. Evaluación Diagnóstica2. Actividad: Marketing Diferencial y Marketing 4.03. Actividad: Más contenido4. Foro: Tu desempeño en Marketing5. Evaluación del módulo
SEMANA II	
Módulo 2: Marketing Digital <ul style="list-style-type: none">• Marketing Digital<ul style="list-style-type: none">○ Ventajas del marketing digital○ Canales del marketing digital• Software para ventas y marketing• Inbound Marketing<ul style="list-style-type: none">○ Características del Inbaund Marketing	<ol style="list-style-type: none">1. Actividad: Relacionando conceptos2. Actividad: Sopa de Letras3. Pedir permiso o irrumpir4. Foro: Software para ventas5. Actividad: Verdadero o Falso6. Evaluación del módulo

Introducción al Curso

- **Outbound Marketing**
- **Leads**
 - **Leads Scoring**
 - **Lead Nurturing**

SEMANA III

Módulo 3: Marketing y Redes Sociales

- **El e-marketing**
 - **Diferencias entre e-marketing y Marketing Tradicional**
- **Redes Sociales**
 - **Lo que debemos utilizar antes de utilizar redes sociales para el negocio**
 - **Las Redes Sociales más conocidas**
- **Richmedia**
- **El Comportamiento del Consumidor Digital**
 - **Métodos para utilizar el comportamiento del consumidor**

1. Actividad: Relacionando Columnas
2. Actividad: Completa la oración
3. Actividad: Crucigrama
4. Actividad: Mi empresa en las Redes Sociales
5. Foro: EL internet de las cosas
6. Retención de Conocimiento

SEMANA IV

Módulo 4: Marketing Viral y Medible

- **Marketing viral**
 - **¿Por qué viral?**
 - **La formula para hacer contenido viral**
- **Medición de datos**
 - **Métricas y análisis de los datos**
 - **Herramientas de medición**
- **Ecommerce**
 - **Definición**
 - **Ventajas y desventajas del ecommerce**

1. Actividad: Haciendo Marketing
2. Actividad: Relacionando Conceptos
3. Retención de Conocimiento 4
4. Evaluación Final



Introducción al Curso

EVALUACIÓN GENERAL

Para la acreditación del curso es necesario que el participante obtenga como calificación mínima aprobatoria 80 puntos

EVALUACIÓN	PUNTAJE / ACREDITACIÓN
Módulo 1. Nuevas Formas de hacer Marketing	20 puntos
Módulo 2. Marketing Digital	20 puntos
Módulo 3. Marketing y Redes Sociales	20 puntos
Módulo 4. Marketing Viral y Mediable	20 puntos
Evaluación Final	20 puntos
Total	100 puntos



Introducción al Curso

REFERENCIAS

Aguilar, V. San Martín, S & Payo, R. (2012) La aplicación empresarial del marketing viral y el efecto boca-oreja electrónico. Opiniones de las empresas. Obtenido a través de: <http://www.redalyc.org/pdf/2743/274330593001.pdf>

Bortoloti, S. (2015) Ambush Marketing: ejemplos y legalidad, obtenido a través de <https://www.iebschool.com/blog/ambush-marketing-estrategico/>

Bumbass, L. (2010) Bavaria Dutch Beer Babes Busted. Obtenido a través de <https://www.youtube.com/watch?v=0yg1N4BjEus>

Cortés, F. (2017) ¿Qué es el Marketing 4.0 obtenido de <https://www.mercadotecniatotal.com/mercadotecnia/marketing-4-0-pasar-de-tradicional-a-digital>

Crus, L. (2017) Emarketing: moda o necesidad. Obtenido de <https://www.merca20.com/emarketing-moda-o-necesidad/>

Dinero Video (2019) La trampa del marketing viral. Obtenido a través de: <https://www.dinero.com/opinion/columnistas/multimedia/la-trampa-del-marketing-viral-por-maria-alejandra-gonzalez/246447>



Introducción al Curso

Dorantes, R. (2018) ¿Qué es el marketing digital? Obtenido a través de: <https://www.entrepreneur.com/article/305289>

El Comercio. (2016). Beneficios del comercio electrónico para las pymes Obtenido a través de: <https://elcomercio.pe/economia/negocios/seis-beneficios-comercio-electronico-pymes-275773>

García , S. (2014) Los pequeños negocios también apuestan por el marketing experiencial. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/marketing-experiencial-pyme-marketing-estrategico/>

González, V. (2018) Marketing experiencial. Obtenido a través de <https://www.merca20.com/que-es-el-marketing-experiencial-y-como-aplicarlo/>

Hub digital. (2018) Importancia de la medición de datos en tu estrategia de marketing. Obtenido a través de: <https://hubdigital.co/blog/importancia-de-la-medicion-de-datos-en-tu-estrategia-de-marketing/>

Inboundcycle (2014) Onbound marketing vs Inbound marketing. Obtenido a través de <https://www.inboundcycle.com/inbound-marketing-vs-outbound-marketing>

Inboundcycle (2018) ¿Qué es un lead? Obtenido a través de: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/bid/170336/qu-es-un-lead>



Introducción al Curso

Internacional de Marketing. IM (2017) Marketing Viral: Su concepto, beneficios y campañas de éxito. Obtenido a través de: <https://www.internacionaldemarketing.com/blog/viral-marketing-definicion-y-beneficios/>

Kotler, Armstrong. (2008) Fundamentos de Marketing. México. Ed. Prentice Hall.

Kotler,P; Kartajaya, H Marketing & Setiawan, I. (2018) Marketing 4.0 Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital. Obtenido a través de: <https://books.google.com.mx/books?id=3MdeDwAAQBAJ&pg=PT129&lpg=PT129&dq=videos+como+aplicar+el+marketing+4.0&source=bl&ots=1wDPYHtQs&sig=C55IMh4p1sLqANDDhXW36nHSIRQ6hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjQiLSPzqLcAhXFxYMKHaUcB-oQ6AEIYDAQ#v=onepage&q=videos%20como%20aplicar%20el%20marketing%204.0&f=false>

Kotler, P. Kartajaya, H. Setiawan, I. (2018) Marketing 4.0 Moving from traditional to digital.

Lexema (2018) Siete cosas que debes saber sobre los usuarios de internet. Obtenido a través de: <https://lexema.mx/usuarios-internet-curiosidades/>

León, F. (2016) ¿Qué es el ambush marketing y cuántos tipos hay? Obtenido a través de <https://www.merca20.com/ambush-marketing-cuantos-tipos/>



Introducción al Curso

Marketing Online SEM (2017). Qué es Richmedia. Obtenido a través de: <https://digitalavenue.es/que-es-rich-media/>

Martín, S. (2018) ¿Qué es un lead? Obtenido a través de: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-es-un-lead-en-marketing-online>

Navarro, C. (2016) Big Data, una nueva dimensión para el marketing digital. Obtenido a través de: <https://www.harvard-deusto.com/big-data-una-nueva-dimension-para-el-marketing-digital>

Nuñez, V. ¿Qué es el marketing de contenidos? Obtenido a través de <https://vilmanunez.com/que-es-el-marketing-de-contenidos/>

Ocegueda, F; Hernández E; Ibarra, J. (2009) Ecommerce en Pymes. Obtenido a través de: <https://riico.net/index.php/riico/article/view/886>

Pérez, D. (2017) Consumidor Digital: Estudiando su comportamiento. Obtenido a través de: <https://comunidad.iebschool.com/dianavicperez/2017/05/11/consumidor-digital-estudiando-su-comportamiento/>

Rojas, B. (2017) 7 datos de los Millennials y el eCommerce que deberían conocer. Obtenido a través de: <https://www.informabt1.com/7-datos-los-millennials-ecommerce-deberian-conocer/>



Introducción al Curso

Silva, R. (2009) Beneficios del comercio electrónico. Obtenido a través de: <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425942160008.pdf>

Torreblanca, F. (2018) Estrategias de segmentación: marketing diferenciado o enfocado. Obtenido a través de: <https://franciscotorreblanca.es/marketing-diferenciado-enfocado/>

VIDEOS

Adsoftheworldvideos. (2014) Volkswagen: Eyes on the road. Obtenido a través de: <https://www.youtube.com/watch?v=R22WNkYKeo8>

Barbie. (2015) Imagina las Posibilidades | Barbie. Obtenido a través de <https://www.youtube.com/watch?v=w02OMs75nTo>

BolsaTV, (2016). B2C: ¿Qué es y que diferencia hay con B2B? Recuperado a partir de: <https://www.youtube.com/watch?v=6GXMMxgJIJO>

Bumbass, L. (2010) Bavaria Dutch Beer Babes Busted. Obtenido a través de <https://www.youtube.com/watch?v=0yg1N4BjEus>

ComputerHoy.com (2016). Obtenido a través de: <https://www.youtube.com/watch?v=OcS2lauilaQ>



Introducción al Curso

David Ibiza: WordPress y Marketing Online (2016) Tutorial Google Analytics: Qué es, Instalación y Configuración Inicial Wordpress. Obtenido a través de:
<https://www.youtube.com/watch?v=wPQn3ppAI9w>

El blog de Rafoo (2018) Richmedia : 12 Casos de publicidad online. Obtenido a través de:
<https://www.youtube.com/watch?v=2cUh03PLfg0> Encuentra Capital Extremadura. (2015).
Marketing de contenidos. Obtenido a través de https://www.youtube.com/watch?v=4d8k_hTSisc

Macher IT. (2016). Comercial Coca Cola. Obtenido a través de:
<https://www.youtube.com/watch?v=ZwloQVBz5vg>

Marketingup (2016) Top 5 Ambush Marketing en Juegos Olímpicos | MarketingUp. Obtenido a través de: <https://www.youtube.com/watch?v=sGzjPtDmW1o>

Mattel Games (2014) Pictionary Mall Surprise | Mattel Games. Obtenido a través de
<https://www.youtube.com/watch?v=M8Ro3bZ3WoM&t=68s>

Mercadeo para emprendedores (2015) ¿Qué es un Lead? Obtenido a través de
<https://www.youtube.com/watch?v=4NAbHtmnHKg>



Introducción al Curso

PlatziLab (2017) El gran potencial de México para vender en internet. Obtenido a través de:
<https://www.youtube.com/watch?v=03sgn2WUTIA>

Universal Group. Agencia de comunicaciones (2016). Obtenido a través de:
<https://www.youtube.com/watch?v=NNDuJRFuclY>