



UNIDAD	AZCAPOTZALCO	DIVISION	CIENCIAS Y ARTES PARA EL DISENO	1 / 3
NOMBRE DEL PLAN LICENCIATURA EN ARQUITECTURA				
CLAVE	UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE		CRED.	6
1425022	MARKETING Y PUBLICIDAD DIGITAL		TIPO	OPT.
H. TEOR.	1.5	SERIACION		TRIM.
H. PRAC.	3.0	194 CREDITOS DEL T.B.		VII-XII

OBJETIVO(S) :

Objetivo General:

Al final de la UEA el alumno será capaz de:

Conocer e integrar de un modo teórico-practico los fundamentos y las herramientas utilizadas para la liberalización de una metodología para la creación de proyectos integrales de Marketing y Publicidad Digital.

Objetivos Parciales:

Al final de la UEA el alumno será capaz de:

- Coordinar proyectos integrales de Marketing y Publicidad Digital
- Planificar, implementar y monitorear estrategias.
- Aplicar las técnicas de la publicidad en buscadores.
- Utilizar las redes sociales como estrategia de publicidad.
- Diseñar contenido, anuncios y estadísticas
- Implementar los conceptos y herramientas de e-commerce.

CONTENIDO SINTETICO:

Temática sugerida:

1. Conceptos de Marketing y Publicidad Digital
2. Comunicación integrada de Marketing (CIM)
3. Planificación de medios
4. Creación de comunidades virtuales
5. Lead Acquisition, Followers y Geolocalización
6. Gestión y diseño Publicidad Digital
7. Segmentación y administración de mailing



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

ADECUACION

PRESENTADA AL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 180

Norma Tondero López
EL SECRETARIO DEL COLEGIO

NOMBRE DEL PLAN	LICENCIATURA EN ARQUITECTURA	2/ 3
CLAVE	1425022	MARKETING Y PUBLICIDAD DIGITAL

8. Community Manager
9. Social Media
10. SEO/SEM
11. Web Analytics
12. Indicador Clave de Desempeño (Key Performance Indicator)e-commerce

MODALIDADES DE CONDUCCION DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:

La UEA se desarrollará de acuerdo a las siguientes modalidades:

- Modalidad: Presencial o Virtual
- Exposición por parte del profesor y del alumno
- Presentación de materiales didácticos y audiovisuales
- Investigación, análisis y reflexión de los temas expuestos
- Desarrollo de Proyectos
- Ejercicios Prácticos.

MODALIDADES DE EVALUACION:

Evaluación Global

- Reportes de Investigación
- Participación en clase
- Ejercicios de Aplicación (prácticos)
- Exposición individual o grupal
- Entrega de Proyecto Final

Evaluación de Recuperación

- Será global o complementaria.
- Reporte de investigación, ensayo o examen.
- No requiere inscripción previa a la UEA.

BIBLIOGRAFIA NECESARIA O RECOMENDABLE:

1. Armstrong, G. Kotler, P. and Opresnik, M. (2016) Marketing: An Introduction. Global Edition. Pearson.
2. Bly, R. (2018) The Digital Marketing Handbook: A Step-By-Step Guide to Creating Websites That Sell. Entrepreneur Press.
3. Elósegui, T. y Muñoz, G. (2015) Marketing Analytics. España: Anaya Multimedia.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

ADECUACION
 PRESENTADA AL COLEGIO ACADEMICO
 EN SU SESION NUM. 480
Norma Tondero Lopez
 EL SECRETARIO DEL COLEGIO

NOMBRE DEL PLAN	LICENCIATURA EN ARQUITECTURA	3/ 3
CLAVE	1425022	MARKETING Y PUBLICIDAD DIGITAL

4. Estrade, J. Soro, D. and Hernández, M. (2017) Marketing Digital: Mobile Marketing, SEO y Analítica Web. España: Anaya Multimedia.
5. García, I. (2018) Human media: las personas en la era de Internet. España: Alcala Grupo Editorial.
6. Martínez, E. y Nicolas, M. (2016) Publicidad Digital. Esic Editorial.
7. Rogers, D. (2016) Digital Transformation Playbook. New York: Columbia Business School Publishing
8. Solís, A. (2016) SEO: Las claves esenciales. España: Anaya Multimedia.



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

ADECUACION

PRESENTADA AL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 480

Norma Tondero López

EL SECRETARIO DEL COLEGIO