|  |  |
| --- | --- |
| LogoUCB1 | ***UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA "SAN PABLO¨*** |
| **PLAN DE ASIGNATURA** |

**UNIVERSIDAD CATóLICA BOLIVIANA “SAN PABLO”**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**Carrera de Marketing y Medios Digitales**

Sigla y Código

MKD-314

Nombre de la asignatura:

MARKETING MÓVIL

Semestre:

 Segundo

Docente:

e:

Gestión:

2-2025

|  |  |
| --- | --- |
| Días | Horas |
| Martes Jueves  | 16:00 - 17:30 16:00 - 17:30  |

|  |  |
| --- | --- |
| Carga horaria | Créditos UVE |
| 4 H/Acad | 5 |

Prerrequisitos: WEB MÓVIL Y POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

CONTROL II Y IMT-247 INSTRUMENTACIÓN INDUSTRIA

1. **JUSTIFICACIÓN (Sociocultural, profesional y disciplinar)**

En la actualidad más de mil millones de personas tienen un Smartphone en su bolsillo, no es de extrañar que muchas empresas le otorguen cada vez más atención al mercado mobile y que, además, el sector se haya copado en los últimos años de varios perfiles profesionales relacionados.

Uno de estos perfiles es el experto en Marketing Mobile. Emerge con fuerza y es comprensible si tenemos en cuenta que su función es trasladar el modelo de negocio off line y on line al móvil (a través de SMS, MMS, código QR, correo electrónico, etc.), sin perder de vista el objetivo general de la compañía. No hay que olvidar que el usuario demanda cada vez más la interacción con el producto y, en Bolivia, es el teléfono móvil el medio preferido para acceder a Internet.

**EL POSTULANTE PUEDE COMPLEMENTAR**

1. **COMPETENCIAS A DESARROLLAR**
	1. **Competencia de la Asignatura**

Gestiona un conjunto de técnicas y formatos para promocionar satisfactores empleando dispositivos móviles como herramienta de comunicación (a través de SMS, MMS, código QR, correo electrónico, etc.), sin perder de vista el objetivo general de la empresa.

**Competencias Genéricas.**

**DESARROLLADO POR EL POSTULANTE**

**DOCUMENTO DE REFERENCIA: MODELO INSTITUCIONAL PAG 46:**

<https://tja.ucb.edu.bo/wp-content/uploads/2023/07/Modelo-Institucional-UCB-Digital.pdf>

* 1. **Contenido Temático**
		1. Marketing a través del móvil. Innovaciones y tendencias actuales en el marketing digital.
		2. Análisis de casos concretos de campañas.
		3. Conectar con el nuevo consumidor.
		4. Los cuatro micromomentos mobile y cómo aprovecharlos.
		5. Herramientas para una estrategia mobile
		6. Mecanismos para adaptar la estrategia digital a mobile (I)
		7. Mecanismos para adaptar la estrategia digital a mobile (II)
		8. Utilizar las redes sociales con pensamiento mobile: los chatbot
		9. La estrategia en el marketing móvil
		10. El ecosistema publicitario mobile
		11. Las apps como herramienta fundamental del marketing mobile
	2. **Contenidos Analíticos expresados en saberes**

**DEBE SER DESARROLLADO POR EL POSTULANTE**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Elementos de Competencia** | **Saberes** | **Unidades de Aprendizaje** |
| **Procedimentales** | **Conceptuales** | **Actitudinales** |
| * Elemento de Competencia 1: (Desarrolle el elemento de competencia)
* Elemento de Competencia 2: (Desarrolle el elemento de competencia)
* Elemento de Competencia X: (Desarrolle el elemento de competencia
 | * Genera el vínculo relacional, acción - resultado.
* Evalúa, relaciona y compara los resultados de marketing con los objetivos corporativos.
* Aplica KPIs a los resultados obtenidos de las aplicaciones del marketing.
* Elabora reportes de los resultados de la investigación.
* En términos económicos determina el ROI del marketing.
 | * Métricas del Marketing.
* Técnicas y herramientas para evaluar el rendimiento del marketing
* KPIs fundamentales: ventas, costos, utilidades.
* Cuadro de mando del marketing.
* Participación y penetración de mercado.
* KPIs del comportamiento del consumidor
* Medición de la calidad del servicio y la satisfacción.
* La imagen de marca e imagen corporativa.
* Redes sociales digitales y componentes TICs.
 | * Analítico para interpretar los datos provenientes de fuentes primarias.
* Minucioso para desarrollar procesos que no pueden repetirse y el costo que ello involucra.
* Metódico y ordenado para analizar y tratar la información.
* Capacidad de trabajo en equipo.
 |  |

1. **PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE APRENDIZAJE – ENSEÑANZA Y EVALUACIÓN**
	1. *Matriz de Planificación del Proceso de Aprendizaje - Enseñanza*

**DEBE SER DESARROLLADO POR EL POSTULANTE**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Unidad de Aprendizaje** | **Saberes** | **Semanas** | **Estrategias y actividades de aprendizaje – enseñanza**(Las estrategias son la planificación del proceso enseñanza aprendizaje, el cómo va a dirigir su clase. Para lo cual usted debe elegir las actividades que le |
| (La unidad de aprendizaje corresponden a los temas, los cuales deben ser coherentes con el elemento de competencia) |  | *1.* |  |
|  | *2.* |  |
|  |  | *3.* |  |
|  | *...* |  |

* 1. ***Sistema de Evaluación***

**DEBE SER DESARROLLADO POR EL POSTULANTE**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **COMPETENCIAS** | **SEMANA** | **ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN Y EVIDENCIAS** | **CRITERIOS DE EVALUACIÓN** | **%** |
| Dimensión/Elemento de Competencia 1: |  | Usted debe tener claro el tipo de actividad o tarea que necesita realizar para recoger las evidencias que plantea.Las evidencias varían desde una evaluación escrita, un check list hasta una rúbrica, es cómo el estudiante le demostrará a usted que ha aprendido) | (Es el marco de referencia, donde usted manifiesta qué es lo que está evaluando, qué resultado debe mostrar el estudiante en su desempeño o cómo debe estar elaborado el producto para demostrar su aprendizaje. Se recomienda definir claramente los criterios de evaluación de manera que sirvan al estudiante como parte de su aprendizaje) | (Las ponderaciones las determina usted según a complejidad de los elementos de competencia) |
| Dimensión/Elemento de Competencia 2: |  |  |  |  |
| Dimensión/Elemento de Competencia 3: |  |  |  |  |
| Dimensión/Elemento de Competencia X: |  |  |  |  |
| **NOTA DE HABILITACIÓN** | **100%** |
| Competencia de la asignatura: |  |  |  | **100%** |

1. **BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA (Básica y complementaria)**

**DEBE SER DESARROLLADO POR EL POSTULANTE**

1. **NORMATIVA DE CLASES Y MATERIALES PARA LA ASIGNATURA**

**DEBE SER DESARROLLADO POR EL POSTULANTE**