

**1. DATOS GENERALES DEL CURSO**

Nombre del curso	Ética en la mercadotecnia				
Programa al que pertenece	Licenciatura en Mercadotecnia Digital				
Área de formación	Básica Común Obligatoria				
Clave de la materia	IH688		Créditos	7	
Horas totales del curso	60	Horas Teoría	45	Horas Práctica	15
Fecha de diseño del curso	11/11/2019		Fecha de actualización del curso	18/12/2020	

2. COMPETENCIA

El estudiante reconoce la responsabilidad, importancia e impacto social de la labor del mercadólogo, al aplicar valores éticos hacia los consumidores, clientes y organizaciones, a partir del análisis y reflexión de problemas fundamentales de la ética en el campo de la mercadotecnia digital.

3. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Código de ética o decálogo personal para una empresa u organización.
--------------------	--

4. RECORTE DE CONTENIDO

	Tema 1	Tema 2	Tema 3
Título	¿Qué es la ética en la mercadotecnia? Conociendo el verdadero sentido mercadeo	Publicidad falsa y engañosa: la confianza y la lealtad	Los valores aplicados al quehacer del mercadólogo
Objetivo	Reconocer el concepto de marketing ético e identificar prácticas de mercadeo que lo aplican.	Analizar las implicaciones de publicidad falsa y engañosa al no aplicar valores y códigos éticos con públicos, clientes, consumidores y organizaciones.	Identificar los principios y valores éticos personales aplicados en el quehacer del mercadólogo digital.



<p>Contenido</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Concepto de Marketing ético ● Antecedentes ● Objetivos centrales ● Ejemplos de buenas prácticas de marketing ético ● Ética en el uso de datos personales en la Mercadotecnia. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Efectos negativos del marketing en la sociedad: <ul style="list-style-type: none"> - Precios altos - Prácticas engañosas - Productos de mala calidad o inseguros - Obsolescencia planificada - Deseos falsos y materialismo excesivo - Bienes sociales insuficientes - Contaminación cultural - Demasiado poder político ● Implicaciones de campañas en medios digitales sin considerar criterios éticos ● Campañas a través de <i>influencers</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ● Importancia del conocimiento y aplicación de principios éticos en la mercadotecnia digital ● Recuperación de experiencias de profesionales en mercadotecnia digital: <ul style="list-style-type: none"> - Buenas prácticas - Anécdotas y experiencias de éxito ● Experiencias negativas o de conflicto
-------------------------	---	---	---

5. PRERREQUISITOS

Obligatorios	Fundamentos de Mercadotecnia
Recomendados	Ninguno

6. PERFIL DEL DOCENTE PARA IMPARTIR EL CURSO

Profesor con nivel Licenciatura o Posgrado de cualquier carrera económico administrativa, diseño gráfico, comunicación gráfica, publicidad o afín, que cuente con conocimientos sobre los elementos y componentes de la ética, así como una perspectiva general de su aplicación en quehacer profesional del mercadólogo.