



#### 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
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.



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

## 5. PRERREQUISITOS

<b>Obligatorios</b>	Fundamentos de Mercadotecnia
<b>Recomendados</b>	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.