



### 1. DATOS GENERALES DEL CURSO

<b>Nombre del curso</b>	Proyecto III				
<b>Programa al que pertenece</b>	Licenciatura en Mercadotecnia Digital				
<b>Área de formación</b>	Especializante Obligatoria				
<b>Clave de la materia</b>	17744		<b>Créditos</b>	12	
<b>Horas totales del curso</b>	175	<b>Horas Teoría</b>	0	<b>Horas Práctica</b>	175
<b>Fecha de diseño del curso</b>	22/06/2020		<b>Fecha de actualización del curso</b>	15/11/2023	

### 2. COMPETENCIA

El estudiante diseña estrategias mercadológicas en medios digitales, a partir de la identificación de las características del perfil del consumidor de comercios electrónicos, y la valoración de los diversos factores que influyen en las decisiones y hábitos de compra del cliente, con honestidad y transparencia.

### 3. PRODUCTO INTEGRADOR

<b>Descripción</b>	Documento con el análisis del macroentorno y propuesta estratégica de intervención de una organización para la atención de una problemática detectada desde el campo de acción de la Mercadotecnia.
--------------------	---

### 4. RECORTE DE CONTENIDO

	<b>Fase 1</b>	<b>Fase 2</b>	<b>Fase 3</b>
<b>Título</b>	Introducción al análisis del macroentorno	Análisis del Macroentorno de una organización	Análisis Estratégico de una organización
<b>Objetivo</b>	Comprender los conceptos clave y elementos del macroentorno, así como la importancia de su análisis dentro de una organización.	Analizar el Macroentorno de una organización utilizando como base la herramienta PESTEL.	Realizar un Análisis Estratégico de una organización a partir de las herramientas FODA y CAME.



<b>Contenido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué es y cómo se conforma el Macroentorno?</li> <li>• Importancia del Análisis del Macroentorno</li> <li>• Contextualización de la organización</li> <li>• Viabilidad del problema a intervenir</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entorno Político y Legal</li> <li>• Entorno Económico</li> <li>• Entorno Sociocultural</li> <li>• Entorno Tecnológico</li> <li>• Entorno Medioambiental</li> <li>• Análisis PESTEL</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia, Tácticas y Acciones</li> <li>• Opciones estratégicas del análisis FODA</li> <li>• Análisis CAME</li> <li>• Definición de estrategia central y estrategias secundarias</li> </ul>
------------------	--	--	---

### 5. PRERREQUISITOS

<b>Obligatorios</b>	Proyecto II
<b>Recomendados</b>	Herramientas Digitales; Legislación en Medios Digitales

### 6. PERFIL DEL DOCENTE PARA IMPARTIR EL CURSO

Profesor con nivel Licenciatura o Posgrado de cualquier carrera económico administrativa o afín, que cuente con conocimientos sobre las herramientas para generar un análisis del macroentorno y propuestas de intervención estratégicas de una organización.