

Módulo: Documentos, Planificación y Evaluación de Unidades y Sistemas de Información	Materia: Planificación y Gestión de Unidades Documentales
Asignatura: Marketing en Internet	

Denominación de la Asignatura: Marketing en Internet	Créditos ECTS: 6 Carácter: Optativo
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios Semestral.	

<p>Objetivos de la Asignatura</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar e identificar la actividad de información de su empresa en su cultura, en su contexto estratégico y de competencia; estar al servicio de esta estrategia poniendo a punto las herramientas de trabajo adecuadas. • Aprender a conocer y a adaptarse a los avances en la gestión de la información • Conocer la realidad social en la que vivimos • Plantear y resolver problemas en equipo • Prever, organizar, gestionar y llevar a buen término un proyecto técnico integrando las limitaciones del entorno: humanas, económicas, de calendario, reglamentarias. • Identificar los puntos fuertes y débiles de una organización, de un producto o de un servicio, establecer y utilizar indicadores, elaborar soluciones para mejorar la calidad. • Asegurar la integración, la eficacia y el bienestar del personal de una unidad de trabajo, aplicando la legislación y la reglamentación en vigor, respetando los objetivos de la empresa, favoreciendo el desarrollo
<p>Actividades Formativas</p> <p>Metodología Docente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clases Magistrales: En las que se presentarán los conocimientos básicos que el estudiante debe adquirir. • Seminario. Clases Prácticas: Conocimiento y manejo de herramientas para la gestión de la información. Diseño de instrumentos, productos y servicios para la gestión de la información. • Seminario. Grupos de Discusión: Puesta en común de los resultados, debate de alternativas • Seminario. Exposiciones: Presentación de los resultados y análisis crítico • Tutorías Específicas: Atención personalizada al estudiante. Resolución de dudas • Trabajo no presencial del estudiante: Desempeño personal del estudiante de las tareas analizadas en clases y seminarios, búsquedas de información, realización de lecturas y preparación de las evaluaciones

Estructura de las asignaturas del módulo y su distribución en créditos ECTS

Todas las asignaturas serán de 6 créditos ECTS:

- Sesiones en Clases Magistrales: 2 créditos (50 horas)
- Sesiones de Seminario: 1 crédito (25 horas)
- Actividad no presencial del alumno 3 créditos (75 horas)

Sistemas de Evaluación

Evaluación continua, que se desarrolla teniendo en cuenta las pruebas y trabajos realizados a lo largo del Curso, que se dividirán y cuantificarán

- Pruebas de Desarrollo (45%)
- Trabajos (45%)
- Asistencia y participación (10%)
- Examen final para quienes no superen las evaluaciones anteriores

Breve Descripción de Contenidos - Programa

- Concepto y evolución histórica del marketing
- Los servicios electrónicos en la Sociedad de la Información. Concepto y regulación
- El plan de Marketing
- El Mercado electrónico dirigido al consumidor
- El comercio electrónico entre organizaciones
- Modelos de uso de Internet en el proceso de adquisición de servicios
- Satisfacción y fidelidad del consumidor en línea
- Aplicación de las técnicas de Marketing a la usabilidad de páginas Web
- El comportamiento del usuario-consumidor en Internet
- El marketing en bibliotecas y otras unidades de información

Bibliografía Básica

BUENO CAMPOS E. Curso básico de economía de la empresa : un enfoque de organización. Madrid : Pirámide, 2004

GUTIÉRREZ ARRANZ, A.M. y SÁNCHEZ-FRANCO, M.J. (Coords.): Márketing en Internet. Estrategia y empresa. Madrid: Pirámide, 2005.

KOTLER P. Los 80 conceptos esenciales de Márketing : de la A a la Z /. Madrid [etc.] : Pearson Educación, 2003.

KOTLER P. Marketing /. Madrid : Pearson Prentice Hall, 2004.

KOTLER P. Introducción al marketing. Madrid : Prentice Hall, 2003

MOLENAAR C. El futuro del marketing en la era post Internet. Madrid : Pearson Educación, 2002

Bibliografía complementaria

A lo largo del curso y según se avance en los contenidos se distribuirán diversos materiales de apoyo especializados en los mismos, libros, artículos, recursos electrónicos, cuadros, gráficos, mapas, etc.