



1. DATOS GENERALES DEL CURSO

| | | | | | |
|----------------------------------|---------------------------------------|---------------------|---|-----------------------|----|
| Nombre del curso | Multiculturalidad y Consumo Online | | | | |
| Programa al que pertenece | Licenciatura en Mercadotecnia Digital | | | | |
| Área de formación | Básica Particular Obligatoria | | | | |
| Clave de la materia | IH702 | | Créditos | 10 | |
| Horas totales del curso | 120 | Horas Teoría | 40 | Horas Práctica | 80 |
| Fecha de diseño del curso | 22/06/2020 | | Fecha de actualización del curso | 09/07/2021 | |

2. COMPETENCIA

El estudiante propone estrategias de mercadotecnia digital, con base en las tendencias tecnológicas y multiculturales del consumo en línea, como mecanismos de decisión de compra, desde una perspectiva creativa e innovadora.

3. PRODUCTO INTEGRADOR

| | |
|--------------------|--|
| Descripción | Estrategia de mercadotecnia digital que integre las premisas de la multiculturalidad, las tendencias del uso de la tecnología, y el perfil del consumidor online, para influir en el proceso de consumo digital. |
|--------------------|--|

4. RECORTE DE CONTENIDO

| | Unidad 1 | Unidad 2 | Tema 3 |
|-----------------|--|--|---|
| Título | Globalización y multiculturalidad | El perfil del consumidor digital | Nuevos entornos para la interacción y el consumo online |
| Objetivo | Reconocer la cultura y su evolución en los procesos de toma de decisión de compra de los individuos. | Distinguir el perfil cultural del consumidor digital y su importancia para las estrategias de mercadotecnia digital. | Identificar las tendencias tecnológicas que han modificado las formas de interacción humana y de consumo digital. |



| | | | |
|------------------|--|--|--|
| Contenido | <ul style="list-style-type: none"> • Globalización • La cultura y su evolución: <ul style="list-style-type: none"> - Multiculturalidad - Aculturación • Transculturación | <ul style="list-style-type: none"> • Mercados de consumo digital • Tipos de consumidores: <ul style="list-style-type: none"> - Comportamientos - Hábitos - Necesidades - Preferencias • El nuevo perfil del consumidor en la era digital | <ul style="list-style-type: none"> • El Internet de las Cosas y gadgets • Tendencias en el uso de la inteligencia artificial • Ciudades virtuales (Smart Citys) |
|------------------|--|--|--|

5. PRERREQUISITOS

| | |
|---------------------|---|
| Obligatorios | Fundamentos de Mercadotecnia |
| Recomendados | Legislación en Medios Digitales; Herramientas Digitales |

6. PERFIL DEL DOCENTE PARA IMPARTIR EL CURSO

Profesor con nivel Licenciatura o Posgrado de cualquier carrera económico administrativa, comunicación o afín, que cuente con conocimientos sobre los procesos culturales del ser humano en su vida cotidiana, así como su integración a sistemas de transformación digital de las organizaciones y sociedades.