

NOMBRE DEL CURSO: Tópicos de Marketing Digital, EAA238A

PROFESOR: Andrés Valdivia S. (andresvaldivia@gmail.com)

AYUDANTE: Cristián Henríquez V. (crhenriq@gmail.com)

WEB: <http://www.tmduc.com>

HORARIO: Martes 16:30 – 19:30

I - DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Este curso mostrará al alumno el nuevo escenario en que se desenvuelve el marketing del siglo XXI en un mundo en que las reglas y leyes cambian y también cambian los lugares en que se desenvuelve el consumidor y las relaciones que tiene con las empresas y sus pares. Se expondrán las características que propiciaron el nacimiento de una cultura común a nivel mundial y cómo con los avances tecnológicos dan cabida a un infinito manto de nichos altamente segmentados, hambrientos de consumir y generar contenido.

Una mirada a cómo la cultura digital genera nuevas oportunidades, problemáticas y desafíos en la preocupación central que aborda el marketing moderno: el diseño de las instancias de creación de valor a través de la relación de la empresa con sus clientes y su entorno. Al final de este curso el alumno será capaz de comprender el complejo escenario que enfrentamos así como diseñar modelos de negocios adaptados a la era digital.

II - OBJETIVOS

Que el alumno entienda y sepa ocupar las nuevas herramientas que el mundo online le da para el desempeño de su trabajo profesional. Que tenga una visión del futuro y de adaptación rápida y efectiva al cambio comprendiendo el pasado y presente. Que entienda el cambio que sufre la cultura y la influencia en las decisiones y preferencias de los consumidores. Que sea capaz de detectar instancias de creación de valor innovadoras y diseñar modelos de negocio que las hagan sustentables.

III – CONTENIDOS

1. Introducción

2. En la ruta de lo sobresaliente

- 2.1 Web 1.0
- 2.2 Web 2.0
- 2.3 Saturación: nadie está escuchando
- 2.4 Ser sobresaliente o morir

3. Cambio de paradigma: la muerte del Hits y el nacimiento del Long Tail

- 3.1 Los Blockbusters y el nuevo Mainstream
- 3.2 Los nuevos Nichos y su rentabilidad.
- 3.3 Comunidades creando el contenido.
- 3.4 La distribución, nuevos players.
- 3.5 Los Nuevos avisadores.

4. Nuevas herramientas, modelos y usos: cultura mashup

- 4.1 P2P
- 4.2 Google y Yahoo
- 4.3 My Space, YouTube
- 4.4 Blogósfera y Wordpres y RSS
- 4.5 Wiki
- 4.6 Podcast
- 4.7 Híbridos

5. Consideraciones Legales

- 5.1 Qué es y qué no es piratería.
- 5.2 Derechos de Autor, Copyright y su efecto en la innovación.
- 5.3 Nuevas licencias y modelos: Creative Commons y el open source.

6. Herramientas Integradas para el Marketing

- 6.1 Promoción: cómo conectar audiencias y avisadores
- 6.2 Adverteinment: promoción embebida
- 6.3 Relaciones Públicas: ¿bloggear o no bloggear?
- 6.4 Testeos de Mercado
- 6.5 Creación de bases de conocimiento colaborativo

7. El futuro próximo y sus desafíos

- 7.1 El modelo integrado perfecto
- 7.2 La web semántica
- 7.3 Neutralidad de la red

IV - EVALUACIÓN

60% - Trabajos de investigación y desarrollo en parejas

20% - Evaluaciones Individuales

20% - Participación en clases y Publicaciones en portal del curso

Fechas:

Prueba: Martes 22 de Septiembre, en horario de clases.

Trabajo 1: Martes 29 de Septiembre, en horario de clases.

Trabajo 2: Martes 10 de Noviembre, en horario de clases.

Examen: Viernes 4 de Diciembre – Hora B (11:00), sala 110 – 111.

V – ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Se exige un mínimo de asistencia del 75% para aprobar el ramo. La inasistencia a una prueba o no entrega de un informe se deberá justificar de acuerdo a las disposiciones de la Escuela de Administración de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Si existiera una solicitud de re corrección de pruebas o trabajos, ésta deberá ser por escrito y fundamentada antes de 7 días después de entregada la nota y la evaluación.

VI - BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More, Chris Anderson, 2006.

Cultura Libre, Lawrence Lessig, 2004 (<http://www.derechosdigitales.org/culturalibre/>)

Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything, Don Tapscott, Anthony D. Williams, 2006.

The Wisdom of Crowds, James Surowiecki, 2005

The Search: How Google and Its Rivals Rewrote the Rules of Business and Transformed Our Culture, John Battelle, 2006.

Purple Cow, Seth Godin, 2005.