



Marketing digital

Tema 11
Propiedades digitales

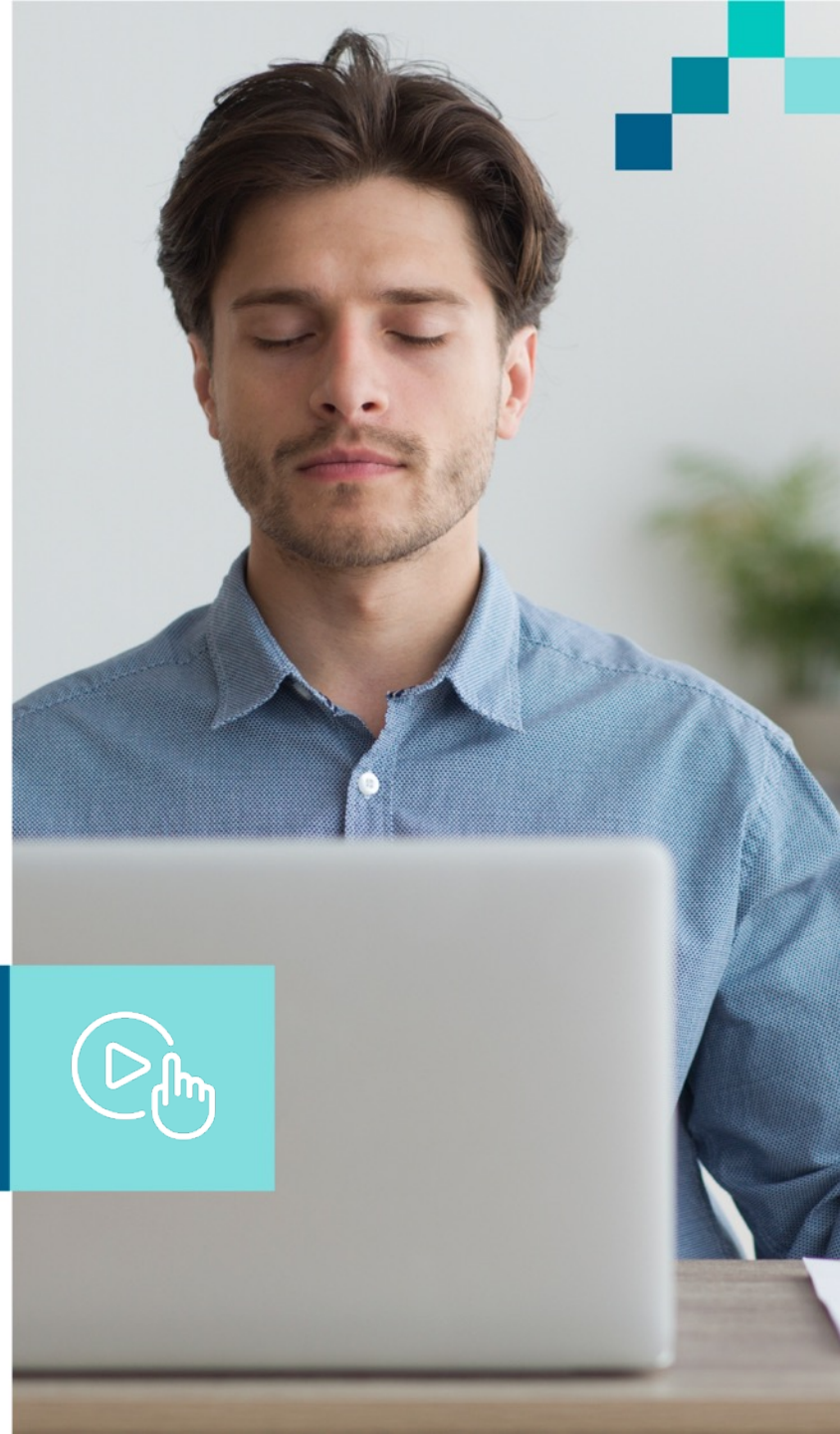
Módulo 2 / Semana 5

Bienestar - *mindfulness*

Atención plena

Te invito a realizar la siguiente actividad de bienestar-mindfulness antes de comenzar a revisar el tema.

https://youtu.be/upb0B_Ax8Jo



Introducción

Mezcla perfecta

Además de los sitios web, existe una gran cantidad de opciones de herramientas digitales. Por ejemplo, las cuentas de redes sociales de la marca, los blogs, juegos en línea, entre otras.

La lista de canales potenciales en línea es enorme y cada vez las innovaciones tecnológicas van generando nuevos espacios y maneras de crear, mostrar y diseminar tu contenido. Todos tienen ventajas y desventajas, diferentes tipos de audiencia, potencial de alcance y los beneficios varían dependiendo de las necesidades, el enfoque, entre otras cosas.

La única manera de encontrar la mezcla perfecta es experimentar y probar basado en los objetivos de mercadotecnia definidos y sus necesidades.



Explicación

Activos intangibles

Las **propiedades digitales** son activos intangibles que tienen un valor económico y están relacionados con la propiedad intelectual, la tecnología y los datos.

Incluyen, entre otras cosas, patentes, marcas comerciales, derechos de autor, diseños de software, nombres de dominio, secretos comerciales, bases de datos y otros activos relacionados con la tecnología.

Además, estas propiedades pueden ser protegidas legalmente y pueden ser objeto de licencias y acuerdos de transferencia, lo que permite a las empresas obtener ingresos adicionales y crear valor a largo plazo.



An aerial photograph of a large, open plaza paved with light-colored tiles. A complex network of thin, dark lines is drawn across the plaza, forming a series of interconnected triangles and polygons. Numerous people are walking across the plaza, some following the lines and others not. The overall scene suggests a network or a structured environment. In the top-left corner, there is a solid teal square.

Explicación

Para hacer una correcta planeación de las propiedades digitales se deben de considerar los que implica la arquitectura digital del negocio.

La **Arquitectura Digital del Negocio** (también conocida como Enterprise Digital Architecture) es un marco de trabajo que describe cómo una organización utiliza tecnologías digitales para lograr sus objetivos empresariales. Esta arquitectura se enfoca en cómo la tecnología puede mejorar la eficiencia operativa, aumentar la agilidad empresarial y crear valor para el cliente.

Explicación

Para elegir las propiedades digitales adecuadas para un negocio, es importante tener en cuenta los siguientes aspectos.



Objetivos empresariales: en primer lugar, debe tener claros sus objetivos empresariales y cómo las propiedades digitales pueden ayudarle a lograrlos. Por ejemplo, si su objetivo es aumentar las ventas, deberá elegir las propiedades digitales que puedan mejorar la experiencia del cliente, como una plataforma de comercio electrónico o una herramienta de marketing digital.



Audiencia objetivo: también debe considerar a su audiencia objetivo y cómo interactúan con la tecnología. Por ejemplo, si su audiencia es joven y utiliza principalmente dispositivos móviles, deberá elegir propiedades digitales que estén diseñadas para dispositivos móviles y que ofrezcan una experiencia de usuario móvil óptima.



Explicación



Presupuesto: otra consideración importante es el presupuesto disponible para invertir en propiedades digitales. Debe buscar propiedades digitales que se ajusten a su presupuesto y que proporcionen el mejor retorno de inversión.



Integración: es importante asegurarse de que las propiedades digitales que elija se integren bien con sus sistemas existentes y con otras propiedades digitales que ya utiliza. De esta manera, puede evitar problemas de compatibilidad y asegurarse de que todas sus propiedades digitales funcionen juntas de manera efectiva.



Soporte técnico: finalmente, es importante elegir propiedades digitales que ofrezcan un buen soporte técnico y servicio al cliente, especialmente si no tiene experiencia en el uso de tecnologías digitales. Debe asegurarse de que haya soporte disponible cuando necesite ayuda y que pueda contactar fácilmente a los proveedores de las propiedades digitales si tiene algún problema o pregunta.

Ejercicio

Arquitectura digital del negocio

Selecciona una marca conocida y realiza una investigación exhaustiva sobre su arquitectura digital del negocio. Identifica cómo está organizada, cómo se relacionan entre sí sus diferentes productos o servicios, etc.

A continuación, analiza la presencia digital de la marca. Examina su sitio web, sus redes sociales, sus anuncios en línea y cualquier otra presencia digital que pueda tener. Analiza cómo la marca utiliza los diferentes canales digitales para comunicarse con su público objetivo.

Después, crea un mapa visual que integre la arquitectura de la marca con la presencia digital de la marca, identifica cómo comunica su propuesta de valor a través de sus diferentes plataformas digitales.



Al finalizar:

Analiza el mapa visual e identifica posibles áreas de mejora en la integración de la arquitectura de marca y la presencia digital de la marca, y propón soluciones que puedan ayudar a la marca a mejorar su efectividad y su capacidad de llegar a su público objetivo de manera efectiva y coherente.

Marketing digital

Tema 12
E-commerce

Módulo 2 / Semana 5



Introducción

Más que un precio

Se estima que el valor del comercio electrónico mundial en 2021 alcanzó los 4,9 billones de dólares estadounidenses. Se espera que este valor siga aumentando en los próximos años, a medida que más consumidores en todo el mundo adopten el comercio electrónico como su forma preferida de comprar bienes y servicios.

Marcos Pueyrredón (s.f.), presidente del Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico (elInstituto), explica que “El comercio electrónico no se basa únicamente en precios, variedad, conveniencia y valoraciones, sino también en todo aquello que los consumidores buscan en cualquier compra offline: el producto adecuado y una experiencia de compra inigualable”.



Explicación



El **comercio electrónico**, también conocido como **e-commerce**, se refiere a la compra y venta de bienes y servicios a través de internet. Es una forma de comercio que se realiza en línea, sin necesidad de una presencia física en una tienda o establecimiento comercial.

Las transacciones de comercio electrónico pueden incluir la venta de productos físicos como ropa, electrónica y alimentos, así como servicios digitales como la descarga de música, la reserva de viajes y la compra de software en línea.






Explicación

Cinco principales ventajas

1. **Accesibilidad:** permite que los consumidores compren productos y servicios desde cualquier lugar y en cualquier momento a través de internet, lo que significa que los consumidores pueden comprar productos las 24 horas del día, los 7 días de la semana, lo que brinda una gran comodidad y accesibilidad.
2. **Amplia selección de productos:** las tiendas en línea pueden ofrecer una selección de productos y servicios mucho más amplia que las tiendas físicas, debido a que no tienen restricciones de espacio físico. Además, permite que los consumidores encuentren productos especializados o difíciles de encontrar.
3. **Precios más competitivos:** las empresas pueden ofrecer precios más competitivos que las tiendas físicas, ya que no tienen que pagar el alquiler de un local y otros costos asociados con una tienda física.
4. **Personalización:** permite que las empresas personalicen la experiencia de compra en línea para cada cliente, lo que puede incluir recomendaciones de productos basadas en el historial de compras, promociones personalizadas y ofertas especiales.
5. **Mayor eficiencia:** permite a las empresas procesar pedidos y pagos de manera más eficiente, lo que reduce los costos de operación y mejora la satisfacción del cliente. También permite a las empresas monitorear y administrar su inventario de manera más efectiva.



Explicación

PLATAFORMA	CARACTERÍSTICAS
	Es una plataforma fácil de usar y personalizable que ofrece una amplia gama de plantillas y complementos para adaptarse a las necesidades de los propietarios de tiendas en línea. Cuenta con una gran cantidad de herramientas de <i>marketing</i> , como la integración con redes sociales y herramientas de <i>email marketing</i> , que pueden ayudar a los propietarios de tiendas a aumentar su alcance y ventas.
	Es una plataforma gratuita y altamente personalizable que se integra con sitios web de WordPress. Es ideal para propietarios de sitios web que ya usan WordPress y están familiarizados con su interfaz. Tiene una gran comunidad de desarrolladores y usuarios que ofrecen una amplia gama de temas y complementos para personalizar la tienda en línea.
	Es una plataforma de comercio electrónico de código abierto que se enfoca en empresas más grandes con presupuestos más grandes. Ofrece una amplia gama de características y herramientas avanzadas para la gestión de inventario, <i>marketing</i> y análisis de datos. Es altamente personalizable y escalable, lo que la hace ideal para empresas que tienen planes de crecimiento a largo plazo.
	Es una plataforma de comercio electrónico todo en uno que se enfoca en empresas más grandes. Ofrece una amplia gama de herramientas avanzadas de <i>marketing</i> y analíticas para ayudar a los propietarios de tiendas a aumentar sus ventas y optimizar sus procesos comerciales. Además, es fácil de usar y personalizable, lo que la hace ideal para empresas que necesitan una solución todo en uno.
	Es una plataforma de comercio electrónico de código abierto que se enfoca en pequeñas y medianas empresas. Es fácil de usar y personalizable, lo que la hace ideal para propietarios de tiendas en línea con presupuestos limitados y menos conocimientos técnicos. Cuenta con una gran cantidad de temas y complementos personalizables para ayudar a los propietarios de tiendas a personalizar su tienda en línea según sus necesidades.

Estrategia de marketing en línea

-

- Derechos de Autor Reservados. ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO®).*

Marketing digital

Tema 13
Leyes y reglamentos en el
ambiente digital

Módulo 2 / Semana 5



Introducción

Reglas y normas

Las leyes en un entorno digital son un conjunto de reglas y normas que se aplican a las actividades que se llevan a cabo en el mundo digital, como el comercio electrónico, la privacidad de los datos y la propiedad intelectual. Estas leyes están diseñadas para proteger los derechos y la seguridad de las personas y las empresas en línea, y asegurar que todos cumplan con las regulaciones aplicables.

Todas las empresas que operan en un entorno digital, incluyendo las redes sociales, deben cumplir con las leyes y regulaciones aplicables para proteger a los usuarios y garantizar un entorno seguro y justo para todos.



Explicación

Los **derechos digitales** que son aquellos derechos que se relacionan con el mundo digital.



1. **Derecho a la privacidad:** es el derecho que tienen las personas a proteger su información personal y a que esta sea utilizada de forma adecuada, segura y responsable.
2. **Derecho a la protección de datos personales:** este derecho se relaciona con la posibilidad de controlar y decidir quién tiene acceso a nuestra información personal, así como a exigir que esta sea utilizada de forma correcta y con fines específicos.
3. **Derecho a la libertad de expresión:** es el derecho que tienen las personas a expresarse libremente en internet, siempre y cuando no se afecten los derechos de terceros ni se incurra en actividades ilegales.

Explicación

4. **Derecho a la neutralidad en la red:** es el derecho que tienen los usuarios de internet a acceder a cualquier tipo de contenido, aplicación o servicio sin discriminación, bloqueo o restricción por parte de los proveedores de servicios de internet.
5. **Derecho al acceso a la información:** es el derecho que tienen las personas a buscar, recibir y difundir información a través de internet sin restricciones arbitrarias.
6. **Derecho a la propiedad intelectual:** este derecho se relaciona con la protección de los derechos de autor, patentes y marcas en el ámbito digital.
7. **Derecho al olvido:** es el derecho que tienen las personas a solicitar la eliminación de información personal que ya no es relevante o que resulta perjudicial para su imagen o reputación.



Ejercicio

Estrategia de marketing en línea

1. Investiga las leyes y reglamentos digitales en México, como la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, la Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión y la Ley Federal del Derecho de Autor. Identifica cuáles son los derechos digitales de los ciudadanos mexicanos protegidos por estas leyes y reglamentos.
2. Investiga casos recientes en los que los derechos digitales han sido violados en México. Por ejemplo, la divulgación no autorizada de información personal en línea, el acoso en línea, la violación de la privacidad y la censura en línea.



3. Identifica las organizaciones que trabajan en México para proteger los derechos digitales de los ciudadanos. Investiga sus objetivos, actividades y logros.

Cierre

Como si estuviéramos en persona

A final, debemos considerar que todo lo que digamos en línea, debe ser el equivalente a si lo estuviéramos diciendo en persona.

Por ejemplo, si escribimos en un blog en donde se exagere un poco los beneficios del producto podría ser tomado como fraude para el consumidor. Un tweet que diga una mentira sobre la competencia o sobre alguna persona puede ser considerado como difamación.



Referencias bibliográficas

- Arnold, M., y Osorio, F. (s.f.). *Introducción a los Conceptos Básicos de la Teoría General de Sistemas*. Recuperado de <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/03/frprinci.htm>
- Katzenbach, J. y Smith, D. (1996). *La sabiduría de los equipos*. México: CECSA.
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española* (23ª. ed.) Recuperado de <https://dle.rae.es/equipo>

