

### **Fase 3: Análisis de la estrategia de *e-marketing* y su impacto en la sociedad**

#### **Instrucciones:**

Con base en los puntos desarrollados en las fases anteriores del proyecto, analiza los siguientes aspectos:

G.- Plan de marketing:

Identifica las estrategias y acciones de la empresa para establecer relaciones con los consumidores y fomentar las compras.

Analiza el uso que hace la empresa de los siguientes elementos:

1. Sitio web
2. Marketing *online* tradicional (Motor de búsqueda, publicidad gráfica, e-mail y afiliados)
3. El marketing social (redes sociales, blogs, video, juegos)
4. El marketing móvil (sitios para teléfonos inteligentes, tabletas, aplicaciones) 5. Marketing *offline* o fuera de línea (televisión, radio, impresos)

H.- Comunicación de marketing:

Realiza una lista que describa detalladamente las diferentes herramientas de comunicación de marketing que has corroborado que utiliza la empresa. Menciona al menos cuatro herramientas.

¿Cuál te parece más eficaz y por qué?

I.- Privacidad:

Con base en las funciones de protección de privacidad (que no deben faltar si un sitio web es serio) examina las políticas de privacidad de la empresa. Describe en qué consisten y si son apropiadas o inapropiadas para las condiciones del mercado y la empresa.

#### **Entregable:**

Prepara un documento en Word que incluya los siguientes elementos:

1. Portada
  - Incluye el nombre del proyecto, fecha, nombres de los integrantes del equipo y matrículas.
2. Plan de marketing
  - Reporte de la información recopilada en el aspecto G del proyecto, como se describió previamente.
3. Herramientas de comunicación
  - Reporte de la información recopilada en el aspecto H del proyecto, como se describió previamente.
4. Privacidad
  - Reporte de la información recopilada en el aspecto I del proyecto, como se describió previamente.
5. Bibliografía

- Referencias y páginas consultadas en formato APA.