Mercadotecnia digital y publicidad on line

Autores

César Amador Díaz Pelayo, Edgardo Flavio López Martínez, Roberto González Monroy, Claudia Leticia Preciado Ortiz



Sinopsis

La aparición de las nuevas tecnologías en las comunicaciones ha revolucionado la forma de hacer y entender la mercadotecnia en las organizaciones. Mercadotecnia digital y publicidad online es producto de una revisión analítica que describe el origen y la evolución de la mercadotecnia. A través de sus capítulos explica los elementos claves y las funciones de esta disciplina; elabora un comparativo entre lo tradicional y lo digital, y expone los conceptos básicos de la creatividad digital y ejemplos de cómo utilizar esta estrategia.



Sobre el autor

César Amador Díaz Pelayo

Licenciado y maestro en Administración por la Universidad de Guadalajara (UdeG) y doctor en Dirección y Mercadotecnia por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP).

Impreso

Año de publicación: 2013

Presentación: Libro no cosido / encuadernación arráfica (Tapa blanda o Bolsillo)

Tamaño: 22.8 x 16.5 cm

Número de páginas del contenido principal: 96 Páginas

ISBN13: 9786074509014

$150 MXN

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

Se ha desempeñado como consultor en mercadotecnia y ocupado diversos cargos administrativos, y cuenta por cuarta ocasión con perfil Promep. Actualmente es profesor titular A en el Centro Universitario de la Costa Sur (CUCosta Sur) de la UdeG a nivel pregrado y posgrado, donde imparte las asignaturas de Mercadotecnia y Administración de la mercadotecnia; presidente de Academia de Mercadotecnia y Negocios Internacionales; integrante de la Red de Investigación entre la Escuela Superior de Publicidad y Mercadotecnia (ESPM) de Sao Paulo, Brasil, y el CU-Costa Sur en la línea de investigación de comportamiento del consumidor; integrante del cuerpo académico Diseño y Comunicación UDG-CA-543; coordinador de Servicios Académicos en el CUCosta Sur; columnista de la Revista Contacto de Unión Empresarial por segundo año consecutivo; y ponente a nivel nacional e internacional en los temas de mercadotecnia digital y comportamiento del consumidor. Ha publicado diversos artículos en revistas nacionales e internacionales. Es autor de los libros Aplicaciones de marketing. Un enfoques desde casos mexicanos y Mercadotecnia digital y publicidad on line, y coautor de tres ediciones sobre seguimiento de egresados, entre otros.



Edgardo Flavio López Martínez

Diseñador gráfico, maestro en diseño y desarrollo de nuevos productos por la Universidad de Guadalajara y candidato a doctor en ciencias políticas y sociales por el Centro de Investigación y Docencia del Estado de Morelos (CIDHEM). Tiene una trayectoria de 16 años de actividad profesional, concentrada en tres áreas: práctica profesional, investigación, docencia y gestión Académica. Es egresado del programa de especialización en diseño tipográfico del CooperType NY y cuenta con la certificación conjunta en diseño tipográfico por The Cooper Union for the Advancement of Science and Art y el Type Directors Club de Nueva York.

E-Book

Año de publicación: 2013

Presentación: EPUB (Digital (suministrado electrónicamente))

Tamaño: 2.9 Megabytes (MB)

Número de páginas orientativo de un producto digital: 151 Páginas

ISBN13: 9786074509021

Palabras clave

Mercadotecnia; Recursos digitales; Licenciatura

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

RG

Roberto González Monroy

Licenciado en administración por la Universidad de Guadalajara (UdeG) y está en proceso de tesis para obtener el grado de maestro en dirección y mercadotecnia por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP). Actualmente es profesor de asignatura en las carreras de Ingeniería en Procesos y Comercio Internacional, Licenciatura en Turismo y Licenciatura en Administración, e imparte la cátedra de mercadotecnia internacional y administración de la publicidad en la Maestría en Administración y Gestión Regional del Centro Universitario de la Costa Sur (CUCosta Sur). Es secretario de la Academia de Mercadotecnia y Negocios Internacionales y jefe de la Unidad de Desarrollo Académico y Movilidad Universitaria en el CUCosta Sur. Asimismo, ha sido ponente, ha participado como coautor de varios libros y ha publicado artículos a nivel nacional e internacional.



Claudia Leticia Preciado Ortiz

Licenciada en administración por la Universidad de Guadalajara (UdeG) y maestra en dirección y finanzas por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP). Actualmente se desempeña como profesora de asignatura, presidenta de la Academia de Administración Aplicada del Departamento de Ciencias Administrativas y coordinadora de calidad del Centro Universitario de la Costa Sur (CUCosta Sur). Las líneas de investigación en las que trabaja son conducta del consumidor y sistemas de gestión de calidad. Asimismo, ha participado como ponente en congresos nacionales e internacionales y forma parte del grupo de investigación en estudios de egresados del CUCosta Sur.Roberto González Monroy

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen