



UNIVERSIDAD
DE SANTIAGO
DE CHILE

Asignatura: Electivo II: Intelligent Marketing
Código: 39810 A03
Centro: Facultad de Administración y Economía
Titulación: Magister en Marketing
Nivel: Magister
Tipo: Electivo
N° de créditos/horas: 2 SCT

1. ASIGNATURA

Electivo III: Intelligent Marketing

1.1. Código

39810 A03

1.2. Tipo

Electivo

1.3. Nivel

Magister

1.4. Curso

Segundo

1.5. Semestre

Segundo

1.6. Número de créditos

2 SCT (Sistema de Créditos Transferibles)

1.7. Requisitos previos

Se recomienda poseer conocimientos Marketing Estratégico, Marketing de Servicios, Conducta del Consumidor.



1.8. Requisitos mínimos de asistencia a las sesiones presenciales

Se requiere un mínimo de asistencia del 80% de las clases. Sólo en situaciones muy excepcionales, y con la justificación adecuada, los alumnos que no cumplan el requisito de asistencia podrán ser evaluados fuera del régimen de la evaluación continua, siempre y cuando realicen los trabajos prácticos estipulados y el alumno se presente al examen final.

1.10. Profesor (a)

1.11. Competencias y resultados del aprendizaje

1.11.1. Competencias:

- Capacidad para desarrollar la interacción de las tecnologías digitales con el marketing
- Habilidad para analizar los efectos de la inteligencia artificial en el marketing
- Capacidad para comprender el impacto de la robótica en el marketing

1.11.2. Resultados de aprendizaje

Tras superar esta asignatura, los estudiantes serán capaces de:

- Comprender el impacto de las nuevas tecnologías en el marketing
- Interpretar de manera adecuada las distintas alternativas tecnológicas que sirven de soporte competitivo en esta nueva era

1.12. Contenidos del programa

Contenidos:

El programa de la asignatura “*Electivo III: Intelligent Marketing*” es un acercamiento a la era digital como soporte del marketing, dado los avances tecnológicos, que abarca internet, velocidad 5G, Inteligencia Artificial, DRONES y Robótica, entre otros, el marketing tiene el deber de actuar en sintonía con estos avances. Sin duda,



las herramientas adquiridas a lo largo del curso permitirán identificar y dar respuesta a las necesidades de los clientes, con la ayuda de la tecnología. Esto, permitirá satisfacer en forma más eficiente y eficaz dichas demandas. La combinación de la información propia de marketing en complemento con la tecnología informática optimizará el esfuerzo que significa la identificación de los segmentos de mercados específicos para establecer los vínculos deseados con los clientes.

Programa:

I. Sesiones teóricas

Tema 1: Introducción al Intelligent Marketing

- 1.1. Inteligencia Artificial: Prediciendo el Futuro
- 1.2. Abrazando la Frontera Digital
- 1.3. Realizando conexiones significativas
- 1.4. Caso práctico 1

Tema 2: Marketing con Inteligencia Artificial

- 1.1. Naturaleza de la Inteligencia Artificial
- 1.2. Aplicación actual de la Inteligencia Artificial en Marketing
- 1.3. Conduciendo a los Consumidores y a los empleados a través de la Inteligencia Artificial
- 1.4. Futuro de la Inteligencia Artificial en Marketing
- 1.5. Caso práctico 2

Tema 3: Marketing con Robótica

- 3.1. Definición
- 3.2. Origen, definición y clasificación de Robots
- 3.3. Aplicación Industrial
- 3.4. Tecnología orientada al hogar
- 3.5. Aplicaciones Empresariales
- 3.6. Futuro de la Robótica en Marketing
- 3.7. Caso práctico 3

Tema 4: Marketing con IoT (Interconexión entre las cosas)

- 4.1. Origen, definición y clasificación de IoT
- 4.2. Aplicación actual de IoT en Marketing
- 4.3. Futuro de IoT en Marketing
- 4.4. Caso práctico 4



Tema 5: Marketing con Machine Learning

- 5.1. Origen, definición y componentes del Machine Learning
- 5.2. Aplicación actual de Machine Learning en Marketing
- 5.3. Futuro del Machine Learning en Marketing
- 5.4. Caso práctico 5

Tema 6: Marketing usando DRONES

- 6.1. Origen, definición y clasificación de los DRONES
- 6.2. Aplicación actual de los DRONES en Marketing
- 6.3. Futuro de los DRONES en Marketing
- 6.4. Caso práctico 6

Tema 7: Marketing con Blockchain (bloque en cadena)

- 7.1. Origen, definición y clasificación de Blockchain
- 7.2. Aplicación actual de Blockchain en Marketing
- 7.3. Futuro de Blockchain en Marketing
- 7.4. Caso práctico 7

Tema 8: tecnologías de la nueva vs Marketing

- 8.1. Soporte estratégico
- 8.2. Soporte táctico
- 8.3. Valor y bienestar en una nueva era tecnológica
- 8.4. Caso práctico 8

1.13. Referencias de consulta

Kumar, V. 2021. Employing New Age Technologies. (1° Edition). Editorial SAGE

2. MÉTODOS DOCENTES

- ✓ Los alumnos recibirán el material electrónico necesario para el seguimiento de las clases. En concreto, se les entregarán las diapositivas utilizadas en las clases, algunas referencias bibliográficas de libre disposición, “software”, cartografía digital y bases de datos de ejemplo.
- ✓ Learning by Doing
- ✓ Exposición Dialogada



- ✓ Disertaciones
- ✓ Role Player
- ✓ Debates
- ✓ Videos Temáticos
- ✓ Dinámicas Grupales

3. MÉTODOS DE EVALUACIÓN Y PORCENTAJE EN LA CALIFICACIÓN FINAL

El sistema de evaluación está basado en la evaluación continua. Se valorará el esfuerzo constante y la participación del estudiante en las diferentes actividades prácticas programadas resolución de casos, comentarios de lecturas, seguimiento de las tutorías, etc.

Relación de actividades de evaluación:

- Elaboración de casos/ejercicios o trabajos: 50%
- Exámenes parciales realizados a lo largo del curso: 40%
- Participación en las diferentes prácticas programadas y en la propia clase: 10%.

4. CRONOGRAMA

| Semana | Tema |
|--------|--|
| 1 | Tema 1: Introducción al Intelligent Marketing |
| 2 | Caso práctico 1 |
| 3 | Tema 2: Marketing con Inteligencia Artificial |
| 4 | Caso práctico 2 |
| 5 | Tema 3: Marketing con Robótica |
| 6 | Caso práctico 3 |
| 7 | Tema 4: Marketing con IoT (Interconexión entre las cosas) |
| 8 | Caso práctico 4 |
| 9 | Tema 5: Marketing con Machine Learning |
| 10 | Caso práctico 5 |
| 11 | Tema 6: Marketing usando DRONES |
| 12 | Caso práctico 6 |
| 13 | Tema 7: Creación de informes interactivos en ArcGIS Online |
| 14 | Caso práctico 7 |
| 15 | Tema 8: Marketing con Blockchain (bloque en cadena) |
| 16 | Gran Caso práctico |