

GEOMARKETING

TIPO CURSO:	Presencial
DIRIGIDO A:	Profesionales de cualquier área interesados en su actualización profesional.
DURACIÓN:	15 hrs.

1. Información, atributos y características

- 1.1. Definición
- 1.2. Atributos
 - ◆ Objetividad
 - ◆ Precisión
 - ◆ Relevancia
 - ◆ Oportunidad
 - ◆ Verificabilidad
- 1.3. Características
- 1.4. Origen
 - ◆ Interno
 - ◆ Externo

2. Estrategias de búsqueda y recuperación de información

- 2.1. Definición
- 2.2. Definir necesidades de información
- 2.3. Determinar fuentes de información
- 2.4. Diseñar la estrategia de a seguir
- 2.5. Evaluar los resultados

3. Recursos de información institucionales

- 3.1. Biblioteca digital
 - ◆ EBSCO
 - ◆ Bibliomedia
 - ◆ Vlex

4. Recursos de información oficiales

- 4.1. INEGI
- 4.2. DENU (Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas)
 - ◆ Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU)
 - ◆ Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN)
 - ◆ Características y ubicación de los establecimientos
- 4.3. INV (Inventario Nacional de Vivienda)

4.4. OVIE (Oficina Virtual de Información Económica)

- ◆ Análisis sociodemográfico
- ◆ Análisis económico

4.5. Mapa digital

- ◆ Barra de herramientas
- ◆ Buscar
- ◆ Identificar
- ◆ Control de escala y desplazamiento
- ◆ Control de capas de información
- ◆ Mapas base

Perfil del docente

CONOCIMIENTOS:

HABILIDADES/APTITUDES:

ACTITUD:

Vocación docente.
Excelente planeación didáctica.
Manejo de grupos multidisciplinares.
Habilidad de comunicación y relación interpersonal.

Compromiso con la UNAM.
Responsabilidad Social.
Respeto y Cordialidad.
Capacidad crítica y autocrítica.