

## INDICE

Prefacio	IX
<b>Parte 1. Introducción a los Sistemas de Información de Mercadotecnia</b>	1
<b>Capítulo 1. Fundamentos de los Sistemas de Información de Mercadotecnia</b>	1
¿Qué son los sistemas de información de mercadotecnia?	3
Componentes básicos del SIM	4
Entorno interno	5
Interconexiones de usuario	6
Bases de datos	6
Software de aplicaciones	7
Apoyos administrativos	8
Resumen	8
Términos básicos	8
Lecturas para mayor información sobre los temas del capítulo 1	9
<b>Capítulo 2. Sistemas de Información de Mercadotecnia y Ventaja Competitiva</b>	10
Alcance de la mercadotecnia	12
Actividades de mercadotecnia	12
Puestos y funciones de los departamentos de mercadotecnia	14
Uso de información para la ventaja competitiva	14
Información interna	15
Información externa	15
Monitoreo del entorno y ventaja competitiva	17
Logística de entrada	15
Operaciones de producción	18
Logística de salida	18
Mercadotecnia y ventas	18
Servicio	19
Exploración y análisis del entorno para la ventaja competitiva	19
Entorno competitivo	20
Entorno tecnológico	21
Clientes	22
Entorno económico	22
Entorno político	23
Entorno social / cultural	23
Resumen	24
Términos básicos	25
Lecturas para mayor información sobre los temas del capítulo 2	25
<b>Parte 2. Recursos de Informática para Sistemas de Información en Mercadotecnia</b>	27
<b>Capítulo 3. Utilización de los Datos Internos de la Organización</b>	28
Datos de logística de entrada	30
Sistemas de compras y cuentas por pagar	30
Sistemas de recepción	31
Sistemas de inventarios de materias primas y partes	31
Producción y operaciones	32

Logística de salida	32
Monitoreo y almacenamiento interno de bienes terminados	33
Embarque y almacenamiento externo	33
Ventas, mercadotecnia y servicio	34
Sistemas de rastreo y prospectos	35
Sistemas de cotizaciones	36
Registro de pedidos	37
Comisiones de ventas	38
Sistemas de cuentas por cobrar	38
Resumen	40
Términos básicos	40
Lecturas para mayor información sobre los temas del capítulo 3	41
<b>Capítulo 4. Fuentes de Datos Externos del SIM</b>	42
Intercambios con socios comerciales	44
Intercambios electrónicos de datos (EDI)	44
Aspectos por considerar en la aplicación de EDI	45
Interconexiones con sistemas existentes de procesamiento de transacciones	45
Servicios de suscripción de datos sobre el entorno de la mercadotecnia	46
Organismos gubernamentales	46
Proveedores de datos privados	47
Servicios de datos en línea	48
Servicio de datos de una sola fuente	48
Proyectos de investigación de mercado	49
Resumen	50
Términos básicos	51
Lecturas para mayor información sobre los temas del capítulo 4	51
<b>Parte 3. Sistemas de Apoyo a las Decisiones e Inteligencia Artificial en Mercadotecnia</b>	
<b>Capítulo 5. Sistema de Apoyo a Decisiones de Mercadotecnia</b>	54
Breve historia de los sistema de apoyo a las decisiones	56
Características de los sistemas de apoyo a las decisiones	57
Sistemas de reporte y consulta	58
Nivel de agregación	59
Avances en representaciones gráficas	60
Sistemas de cartografía de datos geográficos	60
Centros de consulta	61
Modelo analíticos	61
Modelos de pronósticos	62
Modelos de simulación	63
Modelos de optimización	63
Asuntos por considerar en la elaboración de modelos	64
Sistemas de apoyo ejecutivo	65
Sistemas de apoyo a las decisiones grupales	65
Resumen	66
Términos básicos	67
Lecturas para mayor información sobre los temas del capítulo 5	67
<b>Capítulo 6. Inteligencia en Mercadotecnia</b>	68
Sistemas expertos	69

Condiciones para la aplicación de sistemas expertos	70
Aplicaciones de sistemas expertos e mercadotecnia	71
Sistemas expertos en la administración de marcas	71
Sistemas expertos de reporte	72
Desarrollo de sistemas expertos	73
Ingeniero del conocimiento	73
Adquisición de conocimientos	73
Cápsula de programación	74
Redes neutrales	75
Uso de redes neutrales	76
Aplicaciones de redes neurales en mercadotecnia	77
Desarrollo de redes neurales	77
Resumen	78
Términos básicos	79
Lecturas para mayor información sobre los temas del capítulo 6	79
<b>Parte 4. Creación de un Sistema de Información de Mercadotecnia</b>	81
<b>Capítulo 7. Planeación de un Sistema de Información de Mercadotecnia</b>	82
Descripción general del proceso de creación del SIM	83
Planeación	85
Desarrollo técnico	85
Aplicación	86
Proceso de planeación del SIM	86
Obtención del compromiso ejecutivo	87
Establecimiento del equipo a cargo del SIM	89
Líder del equipo	89
Miembros del equipo	89
Realización de una auditoría de mercadotecnia	90
Análisis del entorno	91
Estrategias de mercadotecnia	91
Organización de mercadotecnia	91
Sistemas de mercadotecnia	92
Productividad de mercadotecnia	92
Funciones de mercadotecnia	92
Desarrollo de metas organizacionales	92
Determinación de necesidades	93
Establecimiento de metas	93
Obtención del compromiso de la dirección	94
Definición de macrospecificaciones	94
Desarrollo de especificaciones	95
Planeación modular	95
Documentación impresa	95
Presupuestación	96
Resumen	96
Términos básicos	96
Lecturas para mayor información sobre los temas del capítulo 7	97
<b>Capítulo 8. Etapa de Desarrollo Técnico del SIM</b>	98
Creación de la base de datos del SIM	100

Desarrollo de un diccionario de datos	100
Desarrollo de archivos de datos	101
Desarrollo de la integridad de datos y controles de acceso	103
Designación del administrador de la base de datos	103
Definición de requerimientos de software	104
Selección de aplicaciones específicas	104
Opciones de desarrollo y soporte técnico	105
Definición de requerimientos de hardware	106
Configuración de hardware	106
decisiones sobre la CPU	106
Requerimientos de almacenamiento de datos	107
Dispositivos de entrada/salida	107
Estandarización de las estaciones de trabajo	107
Asignación de recursos de hardware	108
Desarrollo de una red de comunicaciones	108
Retos más comunes en el desarrollo de una red de comunicaciones	108
Selección de un sistema de red	109
Desarrollo de controles de sistemas	110
Controles de sistemas de software	110
Controles de procedimientos organizacionales	110
Administrador del sistema	110
Diseño de interfaces de usuario	111
Elaboración de prototipos	112
Prueba de módulos del sistema	113
Resumen	114
Términos básicos	114
Lecturas para mayor información sobre los temas del capítulo 8	115
<b>Capítulo 9. Etapa de Aplicación del SIM</b>	116
Aplicación gradual	118
Beneficios de la aplicación gradual	118
Instalación	119
Documentación	119
Capacitación de los usuarios	120
Documentación sobre tareas	120
Instructores	121
Retroalimentación	121
Modificaciones	122
Modificaciones para la corrección de errores	122
Modificaciones para la corrección de errores del sistema	122
Desarrollo de nuevos módulos	123
Resumen	123
Términos básicos	124
Lecturas para mayor información sobre los temas del capítulo 9	124
<b>Capítulo 10. ¿Qué nos depara el Futuro?</b>	125
Tendencias permanentes de la computación	126
Recolección y difusión de datos	126
Computadoras más potentes	127
Software inteligente y fácil de usar	128

Cambios en la mercadotecnia	128
Micromercadotecnia y mercadotecnia adaptada	129
Competencia entre marcas	129
Productos tácticamente diferenciados	130
Resumen	130
Términos básicos	131
Lecturas para mayor información sobre los temas del capítulo 10	131
Apéndice. Conceptos de base de datos	132
Glosario de conceptos básicos	142
Bibliografía	148
Índice	159