



|  |  |                                |
|--|--|--------------------------------|
| <b>MACROPROCESO:</b><br>Diseño y Desarrollo de Programas | <b>FORMATO</b>                                       | <b>Código:</b> JD-JA-RG-001-V2 |
| <b>PROCESO:</b><br>Diseño de Programas Académicos        | <b>SILABO DE ASIGNATURAS<br/>PREGRADO PRESENCIAL</b> | <b>Vigente desde:</b> 2017     |

| <b>ESTRATEGIA METODOLÓGICA</b>   |  |   |
|--|--|---|
| <b>TIEMPO PRESENCIAL</b>   | <b>TIEMPO INDEPENDIENTE</b>  | <b>Estrategias de Evaluación y Recursos</b>   |
| Sesión 1 – Fecha semana 1<br>Presentación y definición de plan de trabajo, Concertación de evaluación, además de planteamiento de reglas y compromisos académicos. Realización del pacto pedagógico. | El estudiante debe Analizar las propuestas de fechas de entrega de trabajos y programa propuesto   |   |
| Sesión 2 – Fecha semana 2<br>Océano azul. Introducción a los negocios por Internet. Cuarta revolución industrial y economía naranja  | El estudiante debe Analizar las siguientes temáticas:<br><br>- Marketing de Contenidos<br>- Comercio electrónico “Negocios Digitales” “ERP” “CRM”<br>- “Inteligencia de Negocios”<br>- Modelos de Negocio<br>- Infraestructura ecommerce | Participación y taller en clase virtual.  |
| Sesión 3 – Fecha de semana 3<br><br>Historia de las computadoras<br>El Lenguaje de la Computadora<br>Cómo funciona Internet<br>Historia de la Web<br>Cómo funciona el navegador                      | El estudiante descubre el flujo de información entre las computadoras y una página web. Se aprenderá cómo se conectan millones de personas con las aplicaciones utilizadas cada día.   | Participación y taller en clase virtual.  |
| Sesión 4 – Fecha semana 4<br>Gestión de Redes Sociales para la Empresa:<br><br>- Viralización de Contenidos<br>- Las Aplicaciones tecnológicas Big Data<br>- Publicidad para Facebook e Instagram    | El estudiante debe Analizar las propuestas de fechas de entrega de trabajos y programa propuesto.  | Clase grabada en diferido simulando el salón de clase con atención interactiva del foro virtual<br><br><b>Tareas virtuales para desarrollar:</b><br><br>- Creación de Redes Sociales para la Empresa<br><br>- Lectura<br><br>- Publicidad para Facebook e Instagram |
| Sesión 5 – Fecha semana 5<br><br>Nubes Empresariales.<br><br>- Servidores Compartidos<br>- Servidores Semicompartidos  | El estudiante debe Analizar las propuestas de fechas de entrega de trabajos y programa propuesto.  | Estrategia de Evaluación:<br>Participación y taller en clase.<br><br>Clase grabada en diferido simulando el salón de clase con atención interactiva del foro virtual  |



|  |  |                                |
|--|--|--------------------------------|
| <b>MACROPROCESO:</b><br>Diseño y Desarrollo de Programas | <b>FORMATO</b>                                       | <b>Código:</b> JD-JA-RG-001-V2 |
| <b>PROCESO:</b><br>Diseño de Programas Académicos        | <b>SILABO DE ASIGNATURAS<br/>PREGRADO PRESENCIAL</b> | <b>Vigente desde:</b> 2017     |

|   |   |   |
|---|---|---|
| - Servidores Dedicados<br>- Servidores propios  |   |   |
| Sesión 6 – Fecha semana 6<br><br>WordPress: Creación de portales web Empresariales<br><br>- Creación de una cuenta e instalación<br>- Creación de un portal web usando WordPress.com  | El estudiante debe crear una página web empresarial usando wordpress.com.                         | Recursos Educativos:<br>Clase grabada en diferido simulando el salón de clase con atención interactiva del foro virtual |
| Sesión 7 – Fecha semana 7<br><br>Google Empresarial.<br><br>- La Marca Google<br>- Google APPS<br>- Google AdSense<br>- Google ADS<br>- Google Analytics  | El estudiante debe Analizar las propuestas de fechas de entrega de trabajos y programa propuesto. | Estrategia de Evaluación:<br>Participación y taller en clase.   |
| Sesión 8 – Fecha semana 8<br><br>Aplicaciones para Android y Apple  | El estudiante debe Analizar las propuestas de fechas de entrega de trabajos y programa propuesto. | Recursos Educativos: Moodle   |
| Sesión 9 – Fecha semana 9<br>Diseño del sistema de gestión tecnológica para la empresa<br>- Uso de tecnologías actuales e innovadoras en la empresa<br>- Las nuevas tecnologías como valor añadido en los servicios y productos de una pyme | El estudiante debe Analizar las propuestas de fechas de entrega de trabajos y programa propuesto. | Participación en clase.   |
| Sesión 10 – Fecha semana 10<br>- Políticas de gestión tecnológica<br>- Procedimientos de gestión tecnológica  | El estudiante debe Analizar las propuestas de fechas de entrega de trabajos y programa propuesto. | Participación en clase.   |
| Sesión 11 – Fecha semana 11<br>Modelo de implantación de paginas web comerciales  | El estudiante debe Analizar las propuestas de fechas de entrega de trabajos y programa propuesto. | Participación en clase.   |
| Sesión 12 – Fecha semana 12<br>Protección de datos, propiedad intelectual<br>-Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico  | El estudiante debe Analizar las propuestas de fechas de entrega de trabajos y programa propuesto. | Participación en clase.   |
| Sesión 13 – Fecha semana 13<br>- Sistemas de información y sus características<br>- Principales sistemas de información   | El estudiante debe Analizar las propuestas de fechas de entrega de trabajos y programa propuesto. | Participación en clase.   |
| Sesión 14 – Fecha semana 14<br>Las APP que debe conocer un experto en Gestión Tecnológica   | El estudiante debe Analizar las propuestas de fechas de entrega de trabajos y programa propuesto. | Participación en clase.   |
| Sesión 15 – Fecha semana 15<br>- Software de facturación<br>- CRM   | El estudiante debe Analizar las propuestas de fechas de entrega de trabajos y programa propuesto. | Participación en clase.   |



|  |  |                                |
|--|--|--------------------------------|
| <b>MACROPROCESO:</b><br>Diseño y Desarrollo de Programas | <b>FORMATO</b>                                       | <b>Código:</b> JD-JA-RG-001-V2 |
| <b>PROCESO:</b><br>Diseño de Programas Académicos        | <b>SILABO DE ASIGNATURAS<br/>PREGRADO PRESENCIAL</b> | <b>Vigente desde:</b> 2017     |

|  |   |               |
|--|---|---------------|
| - ERP<br>- Gestión logística<br>- Gestión de proyectos<br>- E-learning |   |               |
| Sesión 16 – Fecha semana 16<br><br>Entrega de Caso Empresarial         | El estudiante debe aplicar todo lo aprendido en la empresa seleccionada y hacer una presentación del negocio. | Parcial final |

**BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA****Webgrafía recomendada por el profesor:**

<https://cursomercadeodigital.files.wordpress.com/2020/11/bibliografia.pdf>

**Acceso a los estudiantes para que puedan leer y descargar los libros:**

<https://www.amazon.com/b?node=154606011>

**Bibliografía adicional recomendada por el profesor**

Anaya, L. P. (2018). El e-commerce disparado. *Revista Publicidad y Mercadeo*. 38-48

Brands (2019) *BrandZ™ Top 100 Most Valuable Global*. Kantar. <http://online.pubhtml5.com/bydd/ksdy/>

Chan Kim W. y Renée, M. (2004). *Las claves de la estrategia del océano azul*. Harvard Business Review Press.

Godin, S. (2014). *El Marketing del Permiso*. Empresa Activa

Kotler, P., Kartajaya, H. y Setiawan, I. (2013) *Marketing 3.0*. (3ª ed.). Lid Editorial.

Kotler, P., Kartajaya, H. y Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0*. (2ª ed.). Lid Editorial.

Lévy, p. (1996). *O que é virtual? Tradução de Paulo Neves*. (1ª ed.). Editora 34 Ltda.

Luján Jaramillo, M. (2019). *Marca Poder: El poder como marca*. Editorial Planeta Colombia S.A.

Meerman Scott, D. (2010). *The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Blogs, News Releases, Online Video, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly*. (2ª ed.). Wiley.

Sierra Toncel, W., Ortiz Rojas, A. N., Alvarado Mejía, M. M. y Rangel Luquez, O. I. (2014). Marketing Político y Redes sociales: Herramientas para el proselitismo en regiones en conflicto, 35 (2). *Económicas CUC*.  
<https://revistascientificas.cuc.edu.co/index.php/economicascuc/article/view/526>



|  |  |                                |
|--|--|--------------------------------|
| <b>MACROPROCESO:</b><br>Diseño y Desarrollo de Programas | <b>FORMATO</b>                                       | <b>Código:</b> JD-JA-RG-001-V2 |
| <b>PROCESO:</b><br>Diseño de Programas Académicos        | <b>SILABO DE ASIGNATURAS<br/>PREGRADO PRESENCIAL</b> | <b>Vigente desde:</b> 2017     |

Sylvie, G. (2008). Developing an online newspaper business model: long distance meets the long tail. *Online Journalism*, 1-39.

[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjDxKrIm\\_bqAhUPVN8KHRAoAqQOFjAAegQIARAB&url=https%3A%2F%2Fwww.iso.org%2Fwp-content%2Fuploads%2F2018%2F01%2FSylvie.pdf&usg=AOvVaw1G9K-tqpRekC6paz8gzimr](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjDxKrIm_bqAhUPVN8KHRAoAqQOFjAAegQIARAB&url=https%3A%2F%2Fwww.iso.org%2Fwp-content%2Fuploads%2F2018%2F01%2FSylvie.pdf&usg=AOvVaw1G9K-tqpRekC6paz8gzimr)

Torres, M. (16 de marzo de 2016). La inversión publicitaria en medios digitales crece un 21% en 2015. *Iabspain*.  
<https://iabspain.es/la-inversion-en-publicitaria-en-medios-digitales-crece-un-21-en-2015/>

Thomassen, L., Lincoln, K. y Aconis, A. (2006). *Retailization: Brand Survival in the Age of Retailer Power*. Kogan Page Ltda.

Thurman, N. y Herbert, J. (2007). Paid content strategies for news websites. An empirical study of British newspapers' online business models. *Journalism Practice*, 1, 208-226. <https://doi.org/10.1080/17512780701275523>

Vallejo López, G. y Sánchez Paredes, F. (2011). *Un paso adelante*. (1ª ed.). Penguin Random House Grupo Editorial.

Webster Jr, F. E., Ganesan, S. (2009). La era de la Información. *Revista Gestión*, 69-73

Webster Jr, F. E., Malter, A. L. y Ganesan, S. (2005). Una función vital. *Gestión*, 8, 68 – 77.



|  |  |                                |
|--|--|--------------------------------|
| <b>MACROPROCESO:</b><br>Diseño y Desarrollo de Programas | <b>FORMATO</b>                                       | <b>Código:</b> JD-JA-RG-001-V2 |
| <b>PROCESO:</b><br>Diseño de Programas Académicos        | <b>SILABO DE ASIGNATURAS<br/>PREGRADO PRESENCIAL</b> | <b>Vigente desde:</b> 2017     |

## Concertación

| <b>TIPO DE EVALUACIÓN</b> | <b>Porcentaje</b> | <b>Fecha</b>  | <b>Objetivo</b>   | <b>Observación</b>   |
|---------------------------|-------------------|---------------|---|--|
| Parcial 1                 | 30%               | Septiembre 1  | Conocer cuáles son las estrategias para posicionar una empresa en los primeros lugares implementando la Transformación Digital.                                   | El ejercicio debe publicarse en la plataforma virtual                  |
| Parcial 2                 | 30%               | Septiembre 22 | Aprender a reconocer los diferentes tipos de Nubes Empresariales que existen en el mercado  | El ejercicio debe publicarse en la plataforma virtual                  |
| <b>Examen Final</b>       |                   |               |   |  |
| Taller de seguimiento #1  | 10%               | Septiembre 29 | Aprender a realizar publicidad para redes sociales en la Internet.  | El ejercicio debe publicarse en la plataforma virtual                  |
| Taller de seguimiento #2  | 10%               | Octubre 6     | Realizar un portal web usando la plataforma Wordpress para posicionar los negocios en los primeros lugares de Google.   | El ejercicio debe publicarse en la plataforma virtual                  |
| Taller de seguimiento #3  | 10%               | Noviembre 17  | Aprender a realizar aplicaciones Móviles empresariales usando Android y Apple.  | El ejercicio debe publicarse en la plataforma virtual                  |
| Taller de Seguimiento #4  | 10%               | Diciembre 1   | Conocer todo lo que un profesional de las Ciencias de la comunicación necesita para implementar una transformación digital de los negocios basado en la Internet: | Presentación de la empresa seleccionada que fue llevada a la Internet. |
| <b>TOTAL</b>              | <b>100%</b>       |               |   |  |