



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

ESTRATEGIA METODOLÓGICA		
TIEMPO PRESENCIAL	TIEMPO INDEPENDIENTE	Estrategias de Evaluación y Recursos
Sesión 1 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 – Introducción al Marketing Digital. Modelos de Negocio en Internet.	El estudiante descubre el flujo de información entre las computadoras. Se aprenderá cómo se conectan millones de personas con las aplicaciones utilizadas cada día.	Participación y taller en clase virtual.
Sesión 3 – Océano azul. Introducción a los negocios por Internet. Cuarta revolución industrial y economía naranja	El estudiante debe Analizar las siguientes temáticas: - Marketing de Contenidos - Comercio electrónico “Negocios Digitales” “ERP” “CRM” “Inteligencia de Negocios” - Infraestructura ecommerce	Participación y taller en clase virtual.
Sesión 4 – Gestión de Redes Sociales para la Empresa: - Viralización de Contenidos - Las Aplicaciones tecnológicas Big Data - 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 Tareas virtuales para desarrollar: - Creación de Redes Sociales para la Empresa - Lectura - Publicidad para Facebook e Instagram
Sesión 5 – Nubes Empresariales. - Servidores Compartidos - Servidores Semicompartidos - Servidores Dedicados - Servidores propios	El estudiante debe Analizar las propuestas de fechas de entrega de trabajos y programa propuesto.	Estrategia de Evaluación: Participación y taller en clase. Clase grabada en diferido simulando el salón de clase con atención interactiva del foro virtual



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

Sesión 6 – WordPress: Creación de portales web Empresariales - Creación de una cuenta e instalación - Creación de un portal web usando WordPress.com	El estudiante debe crear una página web empresarial usando wordpress.com.	Recursos Educativos: Clase grabada en diferido simulando el salón de clase con atención interactiva del foro virtual
Sesión 7 – Google Empresarial. - La Marca Google - Google APPS - Google Adsense - Google ADS - Google Analytics	El estudiante debe Analizar las propuestas de fechas de entrega de trabajos y programa propuesto.	Estrategia de Evaluación: Participación y taller en clase.
Sesión 8 – 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 – Diseño del sistema de gestión tecnológica para la empresa - Uso de tecnologías actuales e innovadoras en la empresa - 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 – - Políticas de gestión tecnológica - Procedimientos de gestión tecnológica	El estudiante debe Analizar las propuestas de fechas de entrega de trabajos y programa propuesto.	Participación en clase.
Sesión 11 – 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 – Protección de datos, propiedad intelectual -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 – - Sistemas de información y sus características - Principales sistemas de información	El estudiante debe Analizar las propuestas de fechas de entrega de trabajos y programa propuesto.	Participación en clase.
Sesión 14 – 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 – - Software de facturación - CRM - ERP - Gestión logística - Gestión de proyectos - E-learning	El estudiante debe Analizar las propuestas de fechas de entrega de trabajos y programa propuesto.	Participación en clase.



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

Sesión 16 – 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>

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



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

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjDxKrlm_bqAhUPVN8

[KHRAoAqQQFjAAegQIARAB&url=https%3A%2F%2Fwww.iso.org%2Fwp-](KHRAoAqQQFjAAegQIARAB&url=https%3A%2F%2Fwww.iso.org%2Fwp-content%2Fuploads%2F2018%2F01%2FSylvie.pdf&usg=AOvVaw1G9K-tqpRekC6paz8gzimr)

<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.

Concertación



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

TIPO DE EVALUACIÓN	Porcentaje	Fecha	Objetivo	Observación
Parcial 1	30%		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%		Aprender a reconocer los diferentes tipos de Nubes Empresariales que existen en el mercado.	El ejercicio debe publicarse en la plataforma virtual
Examen Final:				
Taller de seguimiento #1	10%		Aprender a realizar publicidad para redes sociales en la Internet.	El ejercicio debe publicarse en la plataforma virtual
Taller de seguimiento #2	10%		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%		Aprender a realizar aplicaciones Móviles empresariales usando Android y Apple.	El ejercicio debe publicarse en la plataforma virtual
Taller de Seguimiento #4	10%		Examen Escrito Conocer todo lo que un profesional de las ciencias de la comunicación necesita saber para implementar una transformación digital en los negocios.	Presentación de la empresa seleccionada que fue llevada a la Internet.
TOTAL	100%			