



Vicerrectoría Académica
Dirección Curricular y de Docencia
Formato para la Elaboración de Microdiseños de Cursos

1 Identificación del Curso			
1.1 Código	1.2 Nombre del Curso	1.3 Pre-Requisito	1.4 Co-Requisito
OPT_0022	Marketing Digital	Marketing	
1.5 No. Créditos	1.6 HAD	1.7 HTI	1.8 HAD:HTI
3	51	102	1:2
1.9 Horas presenciales aula clase	1.10 Horas presenciales laboratorio/Salida campo	1.11 Horas Virtuales Espacios	1.12 Total Horas HAD
34	0	17	51
Obligatorio ☐		Optativo ☐	
Teórico ☐		Practico ☐	
1.13 Unidad Académica Responsable del Curso			
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL			
1.14 Área de Formación			
INGENIERÍA APLICADA			
1.15 Componente			No aplica ☐
OPTATIVO			

2 Justificación del Curso
En un mundo altamente conectado y con mercados digitales en su furor, el Marketing Digital o e-marketing nos permite llegar a una masa de usuarios en forma rápida, y en algunos casos a un bajo costo, además nos proporciona un relacionamiento con los clientes de manera más directa y personalizada. Este curso presenta de una manera sencilla los conceptos básicos del marketing digital, de los nuevos medios de información y su relación con las nuevas tendencias de mercadeo (plan de mercadeo digital). El curso es pertinente para los estudiantes ya que los contextualiza en la realidad contemporánea de los negocios del siglo XXI, donde la digitalización y el comportamiento de los consumidores y clientes ha cambiado, migrando hacia nuevas tendencias y maneras; Este curso les ofrece herramientas y competencias complementarias en su proceso de formación con un alto componente de realidad y de aplicabilidad en el mundo actual (Mundo off – Mundo On).

3 Competencias por Desarrollar

3.1 Competencias Genéricas

- Capacidad de abstracción, análisis y síntesis
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
- Capacidad para organizar y planificar el tiempo
- Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión
- Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación
- Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas
- Capacidad para tomar decisiones

3.2 Competencias Específicas

- Mejorar e innovar los procesos administrativos.
- Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.
- Formular planes de marketing
- Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa.

4 Resultados de Aprendizaje del Curso

Diseña estrategias de mercadeo, con base en investigación e innovación, respondiendo a las necesidades del mercado.

5 Programación del Curso

Unidad Temática	Sem	Contenido de Aprendizaje	Evidencias	Actividades Aprendizaje	HAD		HTI		Total Horas
					Aula Clase	Espacio Virtual	Trabajo dirigido	Trabajo Independiente	
EL MARKETING DIGITAL: NUEVOS MEDIOS DE INFORMACIÓN	1-2-3	-El nuevo mundo -El marketing digital -Ventajas del marketing digital Herramientas de marketing digital		Clase magistral Estudio de caso Lectura	6	3	12	6	27
E-MARKETING: EL RECORRIDO DEL CLIENTE	4-5-6	-El recorrido del cliente -El ciclo Inbound -El cliente digital		Clase magistral Taller aplicable Lecturas	6	3	12	6	27
EL ECOSISTEMA DIGITAL	7-8-9-10	-Las redes sociales -SEO SEM -Influencer -Marketplace -email mkt -publicidad Ads		Clase magistral Juego de roles Clase coaching	8	4	16	8	36

Formato para la Elaboración de Microdiseños de Cursos

		-Analítica web		Lectura Talleres					
E COMMERCE	11- 12-13	-Comercio electrónico -e-commerce en Colombia - Estructura e implementación		Clase magistral Lectura Caso de éxito	6	3	12	6	27
EL PLAN DE MARKETING DIGITAL	14- 15- 16-17	Plan de marketing digital		Clase magistral Lectura Juego de roles Presentación video	8	4	16	8	36
Total					34	17	68	34	153
Créditos Académicos									

6 Prácticas de campo (Laboratorios y Salida de Campo)

Unidad Temática	Fundamentación Teórica	Evidencias	Actividades Aprendizaje	Recursos	Tiempo (h)	Semana

7 Mecanismos de Evaluación del Aprendizaje

Resultado de Aprendizaje	Mediación de Evaluación	Mecanismos, Criterios y/o Rúbricas	Semana de Evaluación
Diseña estrategias de mercadeo, con base en investigación e innovación, respondiendo a las necesidades del mercado.	Informe talleres caso de éxito	Rubrica casos de éxito	1-6 11-13
	Socialización Juego de roles	Rubrica juego de roles ecosistemas digitales	7-10
	PPT Plan de marketing digital	Rubrica plan de marketing digital	14-17

8 Valoración de los Resultados de Aprendizaje

Valoración	Sobresaliente	Destacado	Satisfactorio	Básico	No Cumplimiento
Fundamentos Cualitativos					
Diseña estrategias de mercadeo, con base en investigación e innovación, respondiendo a las necesidades del mercado.	El estudiante puede evaluar, crear o innovar evidenciado a través de la capacidad para: juzgar, contrastar,	El estudiante analiza y sintetiza a través de agrupar, diferenciar, deducir, esquematizar,	El estudiante aplica e interpreta evidenciado a través de: calcular, clasificar, computar,	El estudiante identifica y comprende acciones que demuestran apropiación básica evidenciado a	El estudiante refleja dificultades en la comprensión de fundamentos básicos de la disciplina y/o evidencia

Formato para la Elaboración de Microdiseños de Cursos

	convencer, estandarizar, justificar, diagnosticar, decidir, hipotetizar, enjuiciar, criticar y fundamentar.	solucionar, interpretar, predecir, inferir, debatir, derivar, integrar, categorizar, recetar, resumir y reescribir.	demostrar, diseñar, programar, resolver, ejemplarizar, organizar y predecir.	través de: asociar, clasificar, comparar, construir, reformular, operar, demostrar, dramatizar, opinar, inferir y reescribir.	incumplimiento reiterado en los procesos y actividades planeadas para desarrollar en el curso.
--	---	---	--	---	--

9 Recursos Educativos y Herramientas TIC

N	Nombre	Justificación	Contenido de Aprendizaje
	Plataforma Teams , Plataforma Brightspace, power point, video beams, base de datos, artículos, blogs digitales	Apoyo didáctico para el desarrollo de la clase magistrales presenciales y virtuales	El buyer person Ecosistema digital Plan de marketing digital

10 Referencias Bibliográficas

Academy Hubspot – Academia virtual de Inbound Marketing
Think with Google: www.thinkwithgoogle.com
Facebook for business: https://es-la.facebook.com/
Marketing 4.0 Philip Kotler, Iwan Setiawan, Hermawan Kartajaya 2016
Marketing digital para Dummies. Isra García 2018

Director de Programa

Decano Facultad