



SÍLABO

ASIGNATURA: MARKETING DIGITAL INTERACTIVO CÓDIGO: 101289

I. DATOS GENERALES

1.1. Departamento Académico	Gestión Empresarial
1.2. Escuela Profesional	Administración Privada
1.3. Programa de estudios	Marketing
1.4. Plan de estudios	2019
1.5. Ciclo de estudios	Quinto
1.6. Créditos	02
1.7. Requisito	Marketing II
1.8. Modalidad	Presencial
1.9. Semestre académico	2023 -1
1.10. Duración	16 Semanas
1.11. Horas semanales	1.11.1. Horas De Teoría : 00 Horas 1.11.2. Horas De Práctica: 04 Horas
1.12. Horario	Martes 13:00 a 14:40 y Jueves 13:00 a 14:40
1.13. Inicio de clases	29 de mayo del 2023
1.14. Termino de clases	16 de septiembre del 2023
1.15 Docente coordinador	Mtro.- Robert Chavez Mayta- rchavezm@unfv.edu.pe
1.16 Docente de la asignatura	Mtro.- Robert Chavez Mayta- rchavezm@unfv.edu.pe

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de la especialidad, es teórico – práctico y tiene como propósito profundizar la explotación de las redes sociales, marketing móvil y el marketing viral, para uso de campañas eficaces para una empresa.

Desarrolla las siguientes unidades: 1. Introducción al marketing digital interactivo. 2.Las variables básicas, Creación y explotación de base datos. 3.Generación de la comunicación más eficaz de cada medio. 4. Construcción y creación de un web site de Éxito.

La tarea académica exigida al estudiante es elaboración de un plan de marketing digital interactivo.

III. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- El desarrollo de la asignatura permitirá identificar y comprende la importancia del marketing digital interactivo, asimismo despliega estrategias comerciales analizando la explotación de base datos, deslía una constante comunicación eficaz de cada medio a través de la aplicación de diferentes estrategias para el desarrollo de herramientas digitales.



IV. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD 1: INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL INTERACTIVO					
<i>Logro de aprendizaje:</i> Identifica y comprende la importancia del marketing digital interactivo					
SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
N°01 29 de mayo-3 junio	Fundamentos del marketing digital Diferencias entre el marketing digital y el marketing tradicional } Fundamentos y naturaleza de las redes sociales	Saberes previos Desarrollo de la temática central. Cierre o finalización de la Sesión	PPT Videos Lecturas Plataformas digitales on line. Internet	Presencial	Lista de cotejo
N°02 5 -10 junio	Principales conceptos del Marketing Digital - los beneficios del marketing digital	Saberes previos Desarrollo de la temática central. Cierre o finalización de la Sesión		Presencial	Análisis de casos
N°03 12- 17 junio	Estrategias de Marketing Digital	Saberes previos Desarrollo de la temática central. Cierre o finalización de la Sesión		Presencial	Trabajo en equipo - Informe
N°04 19 -24 junio	Uso de buscadores. Google. Google Adwords; Google Business	Saberes previos Desarrollo de la temática central. Cierre o finalización de la Sesión		Presencial	Trabajo en equipo - Informe

UNIDAD 2: LAS VARIABLES BÁSICAS, CREACIÓN Y EXPLOTACIÓN DE BASE DATOS.

Logro de aprendizaje: Desarrolla una constante comunicación eficaz de cada medio.

SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
---------------	---------------------------	---------------------------------	-----------------	-----------------------	---------------------------------



“Año De La Unidad, La Paz y El Desarrollo”

N°05 26 junio - 1 julio	Presencia en redes sociales - Facebook. Desarrollo estrategias.	Saberes previos Desarrollo de la temática central. Cierre o finalización de la Sesión	PPT Videos Lecturas	Presencial	Lista de cotejo
N°06 3-8 julio	Presencia en redes sociales - Instagram. Desarrollo estrategias.	Saberes previos Desarrollo de la temática central. Cierre o finalización de la Sesión	Plataformas digitales on line. Internet	Presencial	Análisis de casos
N°07 10- 15 julio	Presencia en redes sociales - TikTok. Desarrollo estrategias.	Saberes previos Desarrollo de la temática central. Cierre o finalización de la Sesión		Presencial	Trabajo en equipo - Informe
N°08 17 -22 julio	Feedback de las redes sociales Visita de campo a empresa KIA Motors SAC	Saberes previos Desarrollo de la temática central. Cierre o finalización de la Sesión		Presencial	Trabajo en equipo - Informe
EVALUACIÓN PARCIAL (UNIDAD N°1 -2)					

UNIDAD 3: GENERACIÓN DE LA COMUNICACIÓN MÁS EFICAZ DE CADA MEDIO.

Logro de aprendizaje: Desarrolla una constante comunicación eficaz de cada medio.

SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
N°09 24 -29 julio	Información y generación de dialogo entre un vendedor y muchos compradores identificados	<ul style="list-style-type: none"> • Saberes previos • Desarrollo de la temática central. • Cierre o finalización de la Sesión 	PPT Videos Lecturas Plataformas digitales on line.	Presencial	Lista de cotejo
N°10 31 julio – 5 de agosto	Activos de gestión internos (TIC, Web, logística) integración de	<ul style="list-style-type: none"> • Saberes previos 	Internet	Presencial	Análisis de casos



“Año De La Unidad, La Paz y El Desarrollo”

	sistemas de funcionamiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de la temática central. • Cierre o finalización de la Sesión 			
N°11 07 – 12 agosto	Marketing de Servicios-	<ul style="list-style-type: none"> • Saberes previos • Desarrollo de la temática central. • Cierre o finalización de la Sesión 		Presencial	Trabajo en equipo - Informe
N°12 14 – 19 agosto	Transición del Marketing 2.0 (orientado al consumidor) al marketing 3.0 (centrado en valores)	<ul style="list-style-type: none"> • Saberes previos • Desarrollo de la temática central. • Cierre o finalización de la Sesión 		Presencial	Trabajo en equipo - Informe

UNIDAD 4: CONSTRUCCIÓN Y CREACIÓN DE UN WEB SITE DE ÉXITO.

Logro de aprendizaje: Desarrolla las diferentes estrategias para el desarrollo de herramientas digitales

SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
N°13 21 – 26 agosto	Crear una página web Pasos que debes seguir para crear tu sitio web.	<ul style="list-style-type: none"> • Saberes previos • Desarrollo de la temática central. • Cierre o finalización de la Sesión 	PPT Videos Lecturas Plataformas digitales on line.	Presencial	Trabajo en equipo - Informe
N°14 28 agosto 2 septiembre	Crear una página web Pasos que debes seguir para crear tu sitio web.	<ul style="list-style-type: none"> • Saberes previos • Desarrollo de la temática central. • Cierre o finalización de la Sesión 	Internet	Presencial	Trabajo en equipo - Informe



"Año De La Unidad, La Paz y El Desarrollo"

N°15 4 – 9 septiembre	Crear una página web Pasos que debes seguir para crear tu sitio web.	<ul style="list-style-type: none">• Saberes previos• Desarrollo de la temática central. Cierre o finalización de la Sesión		Presencial	Trabajo en equipo - Informe
N°16 11 – 16 septiembre	Crear una página web Feedback	<ul style="list-style-type: none">• Saberes previos• Desarrollo de la temática central. Cierre o finalización de la Sesión		Presencial	Trabajo en equipo - Informe
EVALUACIÓN FINAL (UNIDAD N°3 -4)					



V. METODOLOGÍA

5.1 Estrategias centradas en el aprendizaje

Los estudiantes aplicaran las diferentes técnicas de estudio, elaboración de organizadores visuales, ensayos científicos, organizaciones grupales, mesas redondas, informes de laboratorio, lecturas y audición de libros digitales, búsqueda de información en bibliotecas digitales y físicas.

5.2 Estrategias centradas en la enseñanza

El docente se constituye en un auténtico mediador entre la cultura, la ciencia, los saberes académicos y las expectativas de aprendizaje de los estudiantes; por ello organiza, orienta y facilita, con iniciativa y creatividad el proceso de construcción de conocimientos de sus estudiantes, así como la formación actitudinal del futuro profesional. Para ello utiliza estrategias de enseñanza novedosas centradas en: a) Estrategias convencionales: Lluvia de ideas, ilustraciones, clases prácticas, talleres, aprendizaje cooperativo, resolución de ejercicios y problemas; b) Recursos visuales: organizadores visuales e infografías; plataformas digitales on line; y c) Visitas de campo nacional e internacional si la normativa lo permite

5.3 Línea de investigación según Programa de Estudios

- Gestión empresarial e inclusión social
- Herramientas informáticas para una gestión eficiente y transparente

5.4 Acciones vinculadas al Aprendizaje en Servicio-AES(RSU)

Durante el proceso de ejecución de la experiencia curricular, se puede considerar el aprendizaje en servicio, propuesta educativa que combina procesos de aprendizaje y de servicio a la comunidad en un solo proyecto articulado en el que los estudiantes se forman al trabajar sobre necesidades reales del entorno con la finalidad de mejorar.

VIII. EVALUACIÓN

- De acuerdo con el Reglamento Académico de esta Casa Superior de estudios, en su artículo 13° señala lo siguiente: “Las evaluaciones se califican en escala vigesimal (de 1 a 20) en números enteros. La nota mínima aprobatoria es once (11). El medio punto (0.5) es a favor del estudiante”.
- Del mismo modo, el referido documento en su artículo 16°, señala: “Las evaluaciones son calificadas por los profesores responsables de la asignatura y entregados a los alumnos y las actas a la Dirección de Escuela Profesional, dentro de los plazos fijados”
- Asimismo, el artículo 36° menciona: “La asistencia de los alumnos a las clases es obligatoria, el control corresponde a los profesores de la asignatura. Si un alumno acumula el 30% de inasistencias injustificadas totales durante el dictado de una asignatura, queda inhabilitado para rendir el examen final y es desaprobado en la asignatura, sin derecho a rendir examen de aplazado, debiendo el profesor, informar oportunamente al Director de Escuela”



- La evaluación de los estudiantes se realizará de acuerdo a los siguientes criterios:

N°	CÓDIGO	NOMBRE DE LA EVALUACIÓN	PORCENTAJE
01	EP	EVALUACIÓN PARCIAL	30%
02	EF	EVALUACIÓN FINAL	30%
03	TA	TRABAJOS ACADÉMICOS	40%
TOTAL			100%

La Nota Final (NF) de la asignatura se determinará de acuerdo con la siguiente manera:

$$NF = EP * 30 \% + EF * 30 \% + TA * 40 \%$$

VII. FUENTES DE INFORMACIÓN

7.1 Básica

- Sixto, S. (2016). Fundamentos de Marketing Digital. (1° ed.). Salamanca: Editorial Comunicación Social
- Sainz de Vicuña, J. (2015). El Plan de Marketing Digital en la práctica. (1°ed.). Madrid: ESIC Editorial
- Cisneros, E. (2015). Marketing Digital. (1° ed.). Lima: Editorial MACRO
- Rodríguez, I. (2010). Marketing.com (3° ed.). Madrid: ESIC Editorial

7.2 Complementaria

- Curso de Marketing Digital <https://iiemd.com/marketing-digital/curso-de-marketing-digital>
- Curso MOOC Marketing Digital <https://www.campusromero.pe/curso/marketing-digital>
- Digital Media Pro <https://www.microsoft.com/accessories/es-es/d/digital-media-pro-keyboard>



Dr. Carlos Tello Matpartida
Director del Departamento Académico
Código: 86304
Correo electrónico: ctello@unfv.edu.pe

Lima, 29 de mayo del 2023

Mtro. Robert Chavez Mayta
Código: 200909
Correo electrónico: rchavezm@unfv.edu.pe