



SÍLABO



ASIGNATURA: MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

CÓDIGO: 101287

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	X
1.6. Créditos	04
1.7. Requisito	Gestión del comercio internacional
1.8. Modalidad	Presencial
1.9. Semestre académico	2023-2
1.10. Duración	16 Semanas
1.11. Horas semanales	1.11.1. Horas de Teoría: 02 Horas
	1.11.2. Horas de Práctica: 02 Horas
1.12. Horario	TA: Miércoles 18.00-19.40 TA: Viernes 18.00-19.40
1.13. Inicio de clases	02 de octubre del 2023
1.14. Terminó de clases	20 de enero del 2024
1.15. Docente coordinador	Dr. Juan Roberto Chávez Navarro jchavezn@unfv.edu.pe
1.16. Docente de la asignatura	Dr. Juan Roberto Chávez Navarro jchavezn@unfv.edu.pe

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de estudios de especialidad, es teórico – práctica y tiene el propósito comprender los aportes e importancia del uso de las redes sociales. Desarrolla las siguientes unidades aprendizaje: 1. Introducción al marketing digital y las redes sociales. 2. Publicidad en redes sociales y motores de búsqueda. 3. Técnicas Search Engine Optimization (SEO) y Search Engine Marketing (SEM). 4. Internet móvil, comercio electrónico, métricas y diseño web.

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

III. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Comprende, analiza con una actitud mental positiva la importancia y valor de adquirir y asumir conocimientos de marketing digital y redes sociales, para que en su comportamiento de su ejercicio profesional realicen planes de marketing digital que contribuyan al progreso de la empresa y desarrollo del país.

IV. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD 1: INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL Y LAS REDES SOCIALES.					
<i>Logro de aprendizaje: Elabora un informe sobre las teorías aplicadas al marketing digital.</i>					
SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
N°01 2-7 octubre	-Exposición de contenido del sílabo. -Tendencias del marketing digital.	-Expone contenido del sílabo, desarrollo del curso y estrategias de aprendizaje. -Exposición de conceptos básicos.	10 tendencias de Marketing Digital de 2022 https://www.youtube.com/watch?v=i3mjiCNGYvI	Presencial	Prueba de entrada.
N°02 9-14 octubre	-Marketing. -Características del marketing. -Tipos de marketing. -Mezcla del marketing.	-Explica la importancia, tipos de marketing mezcla del marketing.	Conoce las 7 p's del Marketing https://www.youtube.com/watch?v=f1CN60he9tU	Presencial	Recensión de video.
N°03 16-21 octubre	-Marketing digital. -Redes sociales. -Evolución del marketing digital y las redes sociales.	-Explica la importancia del marketing digital y las redes sociales.	Cómo funciona el marketing digital https://www.youtube.com/watch?v=vNrx5mJenIU	Presencial	Recensión de video.
N°04 23-28 octubre	-El mercado. -Características del marketing digital y las redes sociales. -Actividades del marketing digital y las redes sociales. -Tipos de marketing digital y redes sociales.	-Explica los actividades y tipos de marketing digital y redes sociales.	¿Qué es el marketing digital, tipos y cómo funciona? Ventajas y desventajas ejemplos https://www.youtube.com/watch?v=OXwCTieG-HIE	Presencial	Recensión de video. Presentación grupal de informe sobre las teorías aplicadas al marketing digital.

UNIDAD 2: PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES Y MOTORES DE BÚSQUEDA.
Logro de aprendizaje: Elabora un informe sobre en publicidad en redes sociales y motores de búsqueda.

SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
N°05 30 octubre - 4 noviembre	-Publicidad. -Publicidad en internet. -Diferencia entre publicidad online y publicidad convencional.	-Explica la diferencia entre publicidad online y publicidad convencional.	Cómo funcionan las campañas de publicidad en internet https://www.youtube.com/watch?v=00ZketQpXMs	Presencial	Recensión de video.
N°06 6-11 noviembre	-Técnicas para hacer publicidad online. -Publicidad en redes sociales. -Banners. -Pop-up o ventanas emergentes.	-Explica las técnicas para realizar publicidad online.	Curso gratuito - Publicidad en Redes Sociales - Facebook / Instagram ADS - Clase #1 (Bienvenida) http://www.youtube.com/watch?v=fe1501ZK6tnc http://www.youtube.com/watch?v=2AaAhu6z8hU0k http://www.youtube.com/watch?v=10xNq-TbSFA	Presencial	Recensión de video.
N°07 13-18 noviembre	-Publicidad en blogs. -Publicidad en móviles. - Email marketing. -Publicidad en video. -Remarketing.	-Explica la publicidad en blogs, móviles, video y el remarketing.	Como colocar publicidad de Adsense en blogger y ganar dinero https://www.youtube.com/watch?v=rxNq-TbSFA	Presencial	Recensión de video.
N°08 20-25 noviembre	-Motores de búsqueda. -Publicidad en buscadores.	Explica la publicidad en buscadores.	¿Qué es y cómo funciona un Motor de Búsqueda en Internet? https://www.youtube.com/watch?v=RP0Kkblf5Rg	Presencial	Recensión de video. Presentación grupal de informe sobre publicidad en redes sociales y motores de búsqueda.
EVALUACIÓN PARCIAL (UNIDAD N°1 -2)					

UNIDAD 3: TÉCNICAS SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) Y SEARCH ENGINE MARKETING (SEM). Logro de aprendizaje: <i>Elabora un informe sobre las técnicas search engine optimization (SEO) y search engine marketing (SEM).</i>					
SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
Nº09 27 noviembre -2 diciembre	-Ética en los negocios. -Responsabilidad social en los negocios.	-Explica la importancia de la ética y la responsabilidad en los negocios.	Ética en los negocios https://www.youtube.com/watch?v=IK4eD000zFI&list=PL4s Versión Completa. ¿Para qué sirve la ética? Adela Cortina, filósofa https://www.youtube.com/watch?v=HOY0C3VA4Aw	Presencial	Recensión de video.
Nº10 4-9 diciembre	-Técnicas search engine optimization (SEO). -Elementos del SEO.	-Explica las técnicas de SEO.	Que es SEO y Como Funciona Posicionamiento Google https://www.youtube.com/watch?v=AavsOP3rFj4	Presencial	Recensión de video.
Nº11 11-16 diciembre	-Técnicas search engine marketing (SEM). -Elementos del SEM. -Diferencias entre SEO y SEM	-Explica las técnicas de SEM.	Qué es el SEM: claves del Search Engine Marketing https://www.youtube.com/watch?v=v0XDn1Qre-U	Presencial	Recensión de video.
Nº12 18-23 diciembre	-Estrategias de SEO. -Estrategias de SEM.	-Explica las estrategias de SEO y SEM.	SEO VS SEM: claves de dos estrategias básicas para destacar en buscadores https://www.youtube.com/watch?v=duDEAHLB5-Q	Presencial	Recensión de video. Presenta grupal de informe sobre las técnicas search engine optimization (SEO) y search engine marketing (SEM).

"Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo"

UNIDAD 4: INTERNET MÓVIL, COMERCIO ELECTRÓNICO, MÉTRICAS Y DISEÑO WEB.

Logro de aprendizaje: Elabora un informe sobre internet móvil, comercio electrónico, métricas y diseño web.

SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
Nº13 25-30 diciembre	-Página web. -Factores que influyen de una página web. -Comercio electrónico. -Pasos para iniciar un negocio de comercio electrónico.	-Explica los factores que influyen en una página web y pasos para iniciar el comercio electrónico.	¿Qué es el ecommerce? https://www.youtube.com/watch?v=UuG6f6BdVc	Presencial	Recensión de video.
Nº14 1-6 enero	-Tipos de comercio electrónico. -Desarrollo del comercio electrónico. -Ventajas del comercio electrónico. -Retos del comercio electrónico	-Explica los diferentes tipos de comercio electrónico.	Tipos de Comercio Electrónico (B2B, B2C, C2B...) https://www.youtube.com/watch?v=OdSIWUKx33Q	Presencial	Recensión de video.
Nº15 8-13 enero	-Métricas del comercio electrónico. -Importancia de las métricas del comercio electrónico. -Principales kpi de ecommerce -Diseño web para ecommerce. -Claves para un diseño web para ecommerce de éxito.	-Explica las métricas del comercio electrónico y el diseño de una página web para un ecommerce.	Métricas e indicadores de ecommerce - curso gratis [Modulo 7] https://www.youtube.com/watch?v=AV7Yw5Bxqs	Presencial	Recensión de video.
Nº16 15-20 enero	-Presentación y exposición grupal de los trabajos académicos.	-Describe el trabajo académico.	Exposición grupal del trabajo académico.	Presencial	Presentación grupal de un plan de marketing digital.
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; y b) Recursos visuales: organizadores visuales e infografías.

5.3 Línea de investigación según Programa de Estudios

- Gestión empresarial e inclusión social.

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 (Responsabilidad Social Universitaria).

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:



Nº	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

- Best, J. (2007). Marketing estratégico. Madrid: Pearson Educación.
- Chaffey, D. y Ellis-Chadwick, F. (2014). Marketing digital, estrategia, implementación y práctica. México: Pearson.
- Cisneros, E. (2015). Marketing Digital. (1a. ed.). Lima: Editorial MACRO
- Clow, K. y Baack, D. (2010). Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing. (4a. Ed.). México: Pearson.
- Ferrel, O. y Hartline, M. (2018). Estrategia de marketing. (6a. Ed.). México: Cengage Learning.
- Gamarra, G. (2017). Marketing. Bogotá: Alfaomega Grupo Editor.
- Hernández, C. (2017). Fundamentos de marketing. México, D.F.: Pearson Educación.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). Fundamentos de marketing. (11a Ed.). México: Pearson Educación.
- Kotler, P. (2000). Dirección de Marketing. Edición del Milenio. España: Prentice Hall.
- Malfitano, O. (2007). Neuromarketing. Argentina: Editorial Granica.
- Mayorga, D. (2013). Marketing estratégico en la empresa peruana. Lima: Universidad del Pacífico.
- Peter, J. (2006). Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing. México: McGrawHill.
- Reinares, L.P. y Ponzoa, C.J.M. (2002). Marketing Relacional: Un enfoque para la seducción y fidelización del cliente. España: Prentice Hall.
- Rivera, J. (2013). Conducta del consumidor. Madrid: Esic.
- Rodríguez, I. (2010). Marketing.com (3a. ed.). Madrid: ESIC Editorial.
- Walker, C. (2005). Marketing estratégico. México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Sainz de Vicuña, J. (2015). El Plan de Marketing Digital en la práctica. (1a. ed.). Madrid: ESIC Editorial
- Sixto, S. (2016). Fundamentos de Marketing Digital. (1a. ed.). Salamanca: Editorial Comunicación Social

7.2 Complementaria

- https://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S0212-97282021000100017&script=sci_arttext&tlng=es
- http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1684-09332023000100231&script=sci_abstract



- http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-86972012000100010
- http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372017000100006
- http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332020000100003
- http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602016000100005
- <https://www.scielo.br/j/tl/a/gtSXtwCcNCKwZYHyqJGjcpc/>

Lima, 02 de octubre de 2023



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

Juan Roberto Chávez Navarro
Docente
Código: 2015029
Correo jchavezn@unfv.edu.pe