

**SÍLABO**  
**MARKETING DIGITAL**  
**ÁREA CURRICULAR: GESTIÓN**

**CICLO:** X

**SEMESTRE ACADÉMICO:** 2017-I

- I. CÓDIGO DEL CURSO** : 09134910040
- II. CRÉDITOS** : 04
- III. REQUISITO** : 09054808040 Formulación y Evaluación de Proyectos
- IV. CONDICIÓN DEL CURSO** : Obligatorio

**V. SUMILLA**

El curso es de naturaleza teórico-práctica, pertenece al área curricular de Gestión.

La asignatura Digital Marketing ofrece al alumno una visión estratégica completa de la disciplina del Marketing Digital desarrollada en los principales medios y CMS.

Unidades: Introducción a la Gestión en Marketing Digital - CMS, Themes, y Plugins- SEO - SEM, Y eMail marketing - Herramientas estratégicas en Medios Digitales

**VI. FUENTES DE CONSULTA:**

**Bibliográficas**

- Kotler ,P. (2010) *Fundamentos de Mercadotecnia*. México: Ed. Prentice Hall.
- Kotler P., Armstrong G. (2008) *Principles of Marketing*. Eleventh edition Pearson/Prentice Hall.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (1994). *Fundamentals of Marketing*. USA.:McGraw-Hill College

**VII.UNIDADES DE APRENDIZAJE**

**UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN EN MARKETING DIGITAL**

**OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:**

- Comprender los conceptos básicos del Marketing Digital.
- Conocer los instrumentos fundamentales del Marketing Digital.
- Determinar el comportamiento de compra del Consumidor Digital
- Determinar los factores de influencia en el proceso de decisión de compra en los canales electrónicos.
- Identificar el mercado de consumidores, la segmentación, y el posicionamiento.

**PRIMERA SEMANA**

**Primera sesión**

Introducción al Marketing Digital. Entender el ecosistema del Marketing Digital

**Segunda sesión**

Transformación digital. Gestión de la innovación.

## **SEGUNDA SEMANA**

### **Primera sesión**

Inbound Marketing. Analizaremos la estrategia de HubSpot.

### **Segunda sesión**

Social Media. Daremos valor a la correcta gestión de Redes Sociales.

## **TERCERA SEMANA**

### **Primera sesión**

Introducción a CMS. Compararemos diferentes CMS.

### **Segunda sesión**

Introducción e-Commerce y Membership Site. Evaluaremos cuales son las mejores plataformas de e-Commerce.

## **UNIDAD II: CMS, THEMES, Y PLUGINS**

### **OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:**

- Comprender las variables fundamentales de los CMS, Themes, y Plugins.
- Aplicar en casos las variables de los CMS, Themes, y Plugins

## **CUARTA SEMANA**

### **Primera sesión**

WordPress. Trataremos el mejor de los CMS.

### **Segunda sesión**

Themes. Veremos ventajas y desventajas de diferentes plantillas.

## **QUINTA SEMANA**

### **Primera sesión**

LMS. Trataremos LMS como Moodle, Blackboard, Sensei, etc.

### **Segunda sesión**

Frameworks. Trataremos Genesis y Storefront.

## **SEXTA SEMANA**

### **Primera sesión**

Plugins. Funcionales de nuestro WP.

### **Segunda sesión**

Formularios. El mejor medio para conseguir base de datos de calidad.

## **SÉPTIMA SEMANA**

### **Primera sesión**

Page Builder. Personalizaremos nuestro site.

### **Segunda sesión**

Web multi-idioma. Ampliaremos nuestro mercado con muchos idiomas.

## **OCTAVA SEMANA**

Examen parcial

### **UNIDAD III: SEO**

#### **OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:**

- Determinar los factores del posicionamiento SEO.
- Establecer los criterios y herramientas que debe manejar el alumno para realizar SEO.

#### **NOVENA SEMANA**

##### **Primera sesión**

SEO on Page. Factores SEO dentro de nuestro WP, usaremos SEO by Yoast.

##### **Segunda sesión**

SEO off Page. Todos los factores de optimización desde fuera del site.

#### **DÉCIMA SEMANA**

##### **Primera sesión**

Google Search Console. Todas las configuraciones necesarias para Google.

##### **Segunda sesión**

Google PageSpeed. Controlaremos el tiempo de carga de nuestro site.

### **UNIDAD IV: SEM, Y EMAIL MARKETING**

#### **OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:**

- Determinar del SEM
- Pronosticar la demanda de un producto.

#### **UNDÉCIMA SEMANA**

##### **Primera sesión**

AdWords. Publicidad en Google

##### **Segunda sesión**

Facebook Ads. Publicidad en Facebook

#### **DUODÉCIMA SEMANA**

##### **Primera sesión**

eMail Marketing. Trataremos Mail Chimp.

##### **Segunda sesión**

Marketing de afiliados. Usaremos WP affiliate

### **UNIDAD V: HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS EN MEDIOS DIGITALES**

#### **OBJETIVOS DE APRENDIZAJE:**

- Conocer el enfoque de marketing para la selección de los mejores plugins.
- Conocer las etapas de pruebas previas al lanzamiento de un nuevo producto al mercado.

#### **DECIMOTERCERA SEMANA**

##### **Primera sesión**

Cupones de descuentos. Gestionar cupones de descuento en una plataforma de ventas online.

##### **Segunda sesión**

Venta de entrada para eventos. Desde WooCommerce.

#### **DECIMOCUARTA SEMANA**

##### **Primera sesión**

Reservas. Los hoteles por ejemplo necesitan un sistema de reservas online.

##### **Segunda sesión**

BuddyPress y bbPress. Crea tu propia red social y foro.

## DECIMOQUINTASEMANA

### Primera sesión

Google Trends. Veremos tendencias de búsquedas.

### Segunda sesión

Analytics. Analizaremos el tráfico del site con Google Analytics.

## DECIMOSEXTA SEMANA

Examen final

## DECIMOSÉPTIMA SEMANA

Entrega de promedios finales y acta del curso

## VIII. CONTRIBUCIÓN DEL CURSO AL COMPONENTE PROFESIONAL

a. Matemática y Ciencias Básicas	0
b. Tópicos de Ingeniería	0
c. Educación General	4

## IX. PROCEDIMIENTOS DIDÁCTICOS

Las clases se realizarán basadas en:

Propiciar la Participación Activa de los Estudiantes, Mediante el Desarrollo de Casos Prácticos así como durante las Exposiciones en Clase.

El trabajo final es de la aplicación de todas las Unidades Desarrolladas en Clase a un site.

Los Alumnos Formarán grupos de trabajo para el Desarrollo de Casos de Estudio, y Trabajo de Fin de Ciclo.

## X. MEDIOS Y MATERIALES

**Equipos:** Una computadora personal para el profesor, ecran, proyector de multimedia, pizarra y plumones.

**Materiales:** Hojas de casos referencia.

## XI. EVALUACIÓN

$$PF = (2*PE+EP+EF)/4$$

Donde:

PF = Promedio Final

EP = Examen Parcial (Escrito)

EF = Examen Final (Escrito)

PE = Promedio de Evaluaciones

$$PE = ( (P1+P2+P3+P4-MN)/3 + W1) /2$$

Donde:

P1 = Evaluación 1

P2 = Evaluación 2

P3 = Evaluación 3

P4 = Evaluación 4

MN = Menor Nota

W1 = Trabajo

## XII. APOORTE DEL CURSO AL LOGRO DE RESULTADOS

El aporte del curso al logro de los resultados (Outcomes), para la Escuela Profesional de Ingeniería de Computación y Sistemas, se establece en la tabla siguiente:

**K** = clave      **R** = relacionado      **vacío** = no aplica

a.	Habilidad para aplicar conocimientos de computación y matemáticas apropiadas para los resultados del estudiante y las disciplinas enseñadas.	
b.	Habilidad para analizar un problema e identificar y definir los requerimientos apropiados para su solución.	
c.	Habilidad para diseñar, implementar y evaluar un sistema basado en computadoras, procesos, componentes o programa que satisfagan las necesidades requeridas.	
d.	Habilidad para trabajar con efectividad en equipos para lograr una meta común.	R

e.	Comprensión de los aspectos y las responsabilidades profesional, ética, legal, de seguridad y social.	K
f.	Habilidad para comunicarse con efectividad con un rango de audiencias.	R
g.	Habilidad para analizar el impacto local y global de la computación en los individuos, organizaciones y la sociedad.	K
h.	Reconocer la necesidad y tener la habilidad para comprometerse a un continuo desarrollo profesional.	
i.	Habilidad para usar técnicas, destrezas, y herramientas modernas necesarias para la práctica de la computación.	R
j.	Comprensión de los procesos que soportan la entrega y la administración de los sistemas de información dentro de un entorno específico de aplicación.	

### XIII. HORAS, SESIONES, DURACIÓN

a) **Horas de clase:**

Teoría	Práctica	Laboratorio
4	0	0

b) **Sesiones por semana:** Dos sesiones

c) **Duración:** 4 horas académicas de 45 minutos

### XIV. JEFE DE CURSO

Mg. Marco Guillermo Mayor Ravines

### XV. FECHA

La Molina, marzo de 2017.