

SÍLABO

Diseño de Aplicativos Digitales para los Negocios

Código	ASUC01239	Carácter	Obligatorio
Prerrequisito	100 créditos aprobados		
Créditos	4		
Horas	Teóricas	2	Prácticas 4
Año académico	2022		

I. Introducción

Diseño de Aplicativos Digitales para los Negocios es una asignatura de especialidad de carácter obligatorio que se ubica en el séptimo periodo de la Escuela Académico Profesional de Administración. Tiene como prerrequisito haber aprobado 100 créditos y es prerrequisito de Creación de Negocios: formulación. La asignatura desarrolla, en un nivel logrado, la competencia transversal Gestión Organizacional y, en un nivel intermedio, la competencia específica Desarrollo de Innovación de Procesos Empresariales. Su relevancia reside en identificar técnicas y estrategias disponibles en la web para fortalecer el desarrollo de los negocios.

Los contenidos que la asignatura desarrolla son: *brand managers*, ejecutivos de marketing, agencias de publicidad, editores y creativos en general.

II. Resultado de aprendizaje de la asignatura

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de aplicar técnicas y estrategias disponibles en la web para el impulso de negocios.

III. Organización de los aprendizajes

Unidad 1 La Web, características y evolución		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de describir la web sus componentes, características y su evolución desde su fundación.		
Ejes temáticos:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contexto actual del marketing digital 2. Conceptos básicos de la web y sus componentes 3. Evolución de la web 4. Oportunidades digitales 5. Rol del <i>brand manager</i>, ejecutivo de marketing, agencia de publicidad, editor y creativos en general 		

Unidad 2 Marketing de contenidos		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar pruebas de concepto que estén asociados a sitios web, blogging, videos, correo electrónico y buscadores, a través de un diseño.		
Ejes temáticos:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planeación y construcción del sitio web 2. Blogging 3. Gestión de videos en Internet 4. Publicidad de buscadores y motores de búsqueda 5. E-mail marketing 6. Rol del <i>brand manager</i>, ejecutivo de marketing, agencia de publicidad, editor y creativos en general 		

Unidad 3 Redes sociales para los negocios		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar pruebas de concepto que se asocien a las a redes sociales, relaciones públicas en línea, por medio de un diseño.		
Ejes temáticos:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales 2. Relaciones públicas en línea 3. Alineación de la estrategia comercial y las redes sociales 4. Rol del <i>brand manager</i>, ejecutivo de marketing, agencia de publicidad, editor y creativos en general 		

Unidad 4 Analítica web e inteligencia artificial		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar pruebas de concepto asociados a soluciones de analítica web e inteligencia artificial, mediante un diseño.		
Ejes temáticos:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analítica web 2. Inteligencia artificial 3. Mobile marketing 4. Rol del <i>brand manager</i>, ejecutivo de marketing, agencia de publicidad, editor y creativos en general 5. Integración de aplicativos digitales en la empresa 		

Modalidad Semipresencial

En el desarrollo de la asignatura se llevará cabo de forma teórica y práctica, incidiendo en la participación constante de los estudiantes.

Metodología, estrategias y/o técnicas:

- Aprendizaje colaborativo
- Aprendizaje experiencial
- Estudio de casos
- Aprendizaje orientado en proyectos
- Otras

Para ello se hará uso de diferentes recursos educativos como: lecturas, videos, presentaciones interactivas y autoevaluaciones, que le permitirán medir su avance en la asignatura.

Modalidad Educación a Distancia

En el desarrollo de la asignatura se llevará cabo de forma teórica y práctica, incidiendo en la participación constante de los estudiantes.

Metodología, estrategias y/o técnicas:

- Aprendizaje colaborativo
- Aprendizaje experiencial
- Estudio de casos
- Aprendizaje orientado en proyectos
- Otras

Para ello se hará uso de diferentes recursos educativos como: lecturas, videos, presentaciones interactivas y autoevaluaciones, que le permitirán medir su avance en la asignatura.

V. Evaluación

Modalidad Semipresencial

Rubros	Unidad por evaluar	Fecha	Entregable / Instrumento	Peso parcial	Peso Total
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	- Evaluación individual / Prueba objetiva	0%	
Consolidado 1 C1	1	Semana 1 - 3	- Actividades virtuales	15%	20%
			- Resolución de casos / Rúbrica de evaluación	85%	
Evaluación parcial EP	1 y 2	Semana 4	- Resolución de casos / Rúbrica de evaluación	20%	
Consolidado 2 C2	3	Semana 5 - 7	- Actividades virtuales	15%	20%
			- Resolución de casos / Rúbrica de evaluación	85%	
Evaluación final EF	Todas las unidades	Semana 8	- Entrega de proyecto integrador / Rúbrica de evaluación	40%	
Evaluación sustitutoria			- Aplica		

Modalidad Educación a Distancia

Rubros	Unidad por evaluar	Fecha	Entregable / Instrumento	Peso
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	- Evaluación individual / Prueba objetiva	0%
Consolidado 1 C1	1	Semana 2	- Resolución de casos / Rúbrica de evaluación	20%
Evaluación parcial EP	1 y 2	Semana 4	- Resolución de casos / Rúbrica de evaluación	20%
Consolidado 2 C2	3	Semana 6	- Resolución de casos / Rúbrica de evaluación	20%
Evaluación final EF	Todas las unidades	Semana 8	- Entrega de proyecto integrador / Rúbrica de evaluación	40%
Evaluación sustitutoria			- Aplica	

Fórmula para obtener el promedio:

$$PF = C1 (20\%) + EP (20\%) + C2 (20\%) + EF (40\%)$$

VI. Bibliografía

Básica:

Mejía, J. (2017). *Mercadotecnia digital: una descripción de las herramientas que apoyan la planeación estratégica de toda innovación de campaña web*. Grupo Editorial Patria.

Complementaria:

- Chadwick, J., Snyder, T., & Panda, H. (2012). *Programming ASP.NET MVC 4: developing real-world web applications with ASP.NET MVC*. O'Reilly Media.
- Galloway, J., Haack, P., Wilson, W., & Allen, K. (2012). *Professional ASP.NET MVC 4*. John Wiley & Song. <https://hubinformacion.continental.edu.pe/recursos/libros-digitales-de-proquest/>
- Garrell, G, Guilera, A. (2019). *La industria 4.0 en la sociedad digital*. ProQuest.
- Javier, J. Vittone, J. (2013). *Diseñando apps para móviles*. Catalina Duque Giraldo.
- Ramos, A. Ramos, M. (2014). *Aplicaciones Web*. Paraninfo

VII. Recursos digitales:

- Facebook. (2020). <https://www.facebook.com/>
- Google. (2020). Analytics. <https://analytics.google.com/>
- Google. (2020). Blogger. <https://www.blogger.com/>
- Google. (2020). Cloud. <https://cloud.google.com/solutions/ai?hl=es>
- Google. (2020). Data Studio. <https://datastudio.google.com/>
- Google. (2020). Youtube. <https://www.youtube.com/>
- Sendgrid. (2020). <https://sendgrid.com/>
- Shotify. (2020). <https://es.shopify.com/>
- Wix. (2020). <https://es.wix.com/>