



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: Marketing Digital

MODALIDAD EN LÍNEA

SÍLABO

INTRODUCCIÓN A LA INFORMÁTICA

NIVEL

PRIMERO

AMBATO - ECUADOR
2026

TOTAL DE HORAS DE APRENDIZAJE EN EL CICLO DE ESTUDIOS

Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semanal	3
Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral	48
Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo	96
TOTAL DE HORAS AL SEMESTRE (Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral + Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo.)	144

III DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Propósito Tiene como propósito dotar al estudiante los conocimientos y habilidades esenciales para comprender y participar activamente con las Tecnologías de la Información y la Comunicación, a través de los conceptos básicos de la informática y la computación, además al estudiante le permitirá utilizar la computadora como una herramienta más de trabajo, aplicando herramientas básicas de ofimáticas que permiten mejorar su gestión diaria.

Descripción de la asignatura En el desarrollo de este módulo, los estudiantes tendrán conocimientos de comprender los conceptos fundamentales de informática y explorar bases de datos bibliográficas para optimizar el uso de herramientas digitales y la investigación de tendencias en marketing digital, facilitando la toma de decisiones estratégicas, podrá manejar procesadores de texto como Word para la creación de documentos optimizados para marketing de contenidos y estrategias de comunicación digital, alcanzará a utilizar plataformas de presentaciones como PowerPoint para diseñar materiales visuales efectivos en campañas de marketing digital y presentaciones de negocio, aplicará hojas de cálculo como Excel, en la gestión y análisis de datos clave para la toma de decisiones en marketing digital. Metodología en lo referente a Estrategias Educativas, se aplica mediante trabajos y exposiciones, talleres y clases en línea, en lo relacionado a Habilidades Blandas, se aplica la metodología de trabajo en equipo y responsabilidad. La metodología de enseñanza se aplica mediante el Aprendizaje Basado en Problemas y exposiciones y como recursos didácticos se utiliza la Inteligencia Artificial y aula virtual. Resultado de Aprendizaje: Trabaja con las herramientas básicas de ofimática para la Carrera.

Objetivo general de la asignatura Aplicar Introducción a la informática por enfoque de identificación conceptual a los estudiantes para que adquieran competencias esenciales que les permitan desenvolverse de manera eficaz en entornos informáticos y utilizar aplicaciones específicas de productividad, fomentando el desarrollo de destrezas tanto teóricas como prácticas.

Objetivos específicos de la asignatura

- 1.-Comprender los conceptos fundamentales de informática y explorar bases de datos bibliográficas para optimizar el uso de herramientas digitales y la investigación de tendencias en marketing digital, facilitando la toma de decisiones estratégicas
- 2.-Manejar procesadores de texto como Word para la creación de documentos optimizados para marketing de contenidos y estrategias de comunicación digital.
- 3.-Utilizar plataformas de presentaciones como PowerPoint para diseñar materiales visuales efectivos en campañas de marketing digital y presentaciones de negocio
- 4.-Aplicar hojas de cálculo como Excel en la gestión y análisis de datos clave para la toma de decisiones en marketing digital.

NOTA: Las horas de tutoría académica no se suman, por lo tanto no se incluyen dentro de las horas totales del semestre

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.1	Comprender los conceptos fundamentales de informática y explorar bases de datos bibliográficas para optimizar el uso de herramientas digitales y la investigación de tendencias en marketing digital, facilitando la toma de decisiones estratégicas			
Unidades temáticas	Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente	Componente de aprendizaje práctico experimental.	Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad	Instrumentos de evaluación
1.1.- Principios básicos de informática aplicada al marketing digital. Métodos de búsqueda y análisis de información en bases de datos digitales	2	0	4	Pruebas de Diagnostico
1.2.- Uso de herramientas digitales para la gestión y toma de decisiones en marketing	7	8	6	Trabajos y ejercicios en clases
SUBTOTAL HORAS	9	8	10	TOTAL HORAS: 27

Resultados de aprendizaje: El estudiante aplica herramientas informáticas y bases de datos digitales para recopilar, analizar y utilizar información clave en la toma de decisiones estratégicas en marketing digital.
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Métodos de caso, Método expositivo
Estrategias educativas : Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Audiovisuales, Internet
Habilidades Blandas : Pensamiento crítico, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Manejar procesadores de texto como Word para la creación de documentos optimizados para marketing de contenidos y estrategias de comunicación digital.			
Unidades temáticas	Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente	Componente de aprendizaje práctico experimental.	Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad	Instrumentos de evaluación
2.1.- Formateo y estructuración de documentos para marketing digital., inserción de elementos visuales y enlaces interactivos en documentos	2	0	4	Trabajos y ejercicios en clases
2.2.- Creación de contenido optimizado para estrategias SEO y comunicación digital	7	8	6	Evaluaciones Parciales
SUBTOTAL HORAS	9	8	10	TOTAL HORAS: 27

Resultados de aprendizaje: El estudiante elabora documentos profesionales y optimizados que fortalecen la comunicación y el marketing de contenidos en entornos digitales.
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Métodos de caso, Método expositivo
Estrategias educativas : Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres, Manejo de base de datos y acerbos bibliográficos, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, Generación de datos y búsqueda de información, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Audiovisuales, Internet
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Comunicación asertiva

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Utilizar plataformas de presentaciones como PowerPoint para diseñar materiales visuales efectivos en campañas de marketing digital y presentaciones de negocio			
Unidades temáticas	Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente	Componente de aprendizaje práctico experimental.	Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad	Instrumentos de evaluación
3.1.- Principios de diseño visual aplicados a presentaciones de marketing, uso de elementos gráficos, animaciones y contenido multimedia	2	0	4	Trabajos y ejercicios en clases
3.2.- Adaptación de presentaciones para su uso en estrategias digitales y redes sociales.	11	8	14	Pruebas escritas de la unidad
SUBTOTAL HORAS	13	8	18	TOTAL HORAS: 39

Resultados de aprendizaje: El estudiante diseña presentaciones visualmente atractivas y estratégicas para comunicar eficazmente ideas y campañas en marketing digital.
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Métodos de caso, Método expositivo
Estrategias educativas : Foros, Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Audiovisuales, Internet
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Comunicación asertiva

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Aplicar hojas de cálculo como Excel en la gestión y análisis de datos clave para la toma de decisiones en marketing digital.			
Unidades temáticas	Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente	Componente de aprendizaje práctico experimental.	Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad	Instrumentos de evaluación
4.1.- Herramientas de análisis de datos en Excel aplicadas al marketing, creación de reportes automatizados y visualización de métricas digitales.	9	0	18	Trabajos en excel
4.2.- Uso de tablas dinámicas y gráficos para interpretar tendencias de mercado	8	8	8	Pruebas escritas de la unidad
SUBTOTAL HORAS	17	8	26	TOTAL HORAS: 51

Resultados de aprendizaje: El estudiante analiza e interpreta datos de marketing digital utilizando hojas de cálculo, facilitando la toma de decisiones basada en métricas y tendencias del mercado.

Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Métodos de caso, Método expositivo

Estrategias educativas : Foros, Clases en línea en tiempo sincrónico, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, Trabajos y exposiciones

Recursos didácticos : Audiovisuales, Internet

Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Comunicación asertiva

V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)

Para el desarrollo de la Cátedra de Introducción a la informática, se utilizará el Áulico como escenario de enseñanza aprendizaje, debido a que nos permite el uso de herramientas tales como el internet y recursos audiovisuales. De esta manera, se desarrollarán las clases en un ambiente más cómodo, en donde se abordarán las temáticas programadas del curso. Además, este escenario permitirá al estudiante el desarrollo de talleres y de apuntes con los cuales podrá preparar las futuras evaluaciones en el aula virtual: Aula Virtual: Es una herramienta que brinda las posibilidades de realizar enseñanza en línea. Es un entorno privado que permite administrar procesos educativos basados en un sistema.

VI CRITERIOS NORMATIVOS PARA LA EVALUACIÓN

Objetivos específicos	Evaluación diagnóstica (Conocimientos previos)	Evaluación formativa (Grado de logro de destrezas)	Evaluación sumativa (valorar los objetivos generales alcanzados y el logro de destrezas)
1.- Comprender los conceptos fundamentales de informática y explorar bases de datos bibliográficas para optimizar el uso de herramientas digitales y la investigación de tendencias en marketing digital, facilitando la toma de decisiones estratégicas	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluación
2.- Manejar procesadores de texto como Word para la creación de documentos optimizados para marketing de contenidos y estrategias de comunicación digital.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Examen escrito
3.- Utilizar plataformas de presentaciones como PowerPoint para diseñar materiales visuales efectivos en campañas de marketing digital y presentaciones de negocio	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Examen
4.- Aplicar hojas de cálculo como Excel en la gestión y análisis de datos clave para la toma de decisiones en marketing digital.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Examen

VII BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Weber, Juan	2020	Fundamentos de informática	1	Jorge Sarmiento Editor - Universitat	Argentina Nueva Córdoba	1	169	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Libro que permite realizar una introducción teórica a la Informática. Contempla los aspectos básicos necesarios para tal fin. BIBLIOGRAFÍA CONTEMPORÁNEA								
URL: https://0x102qhk5-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/175150								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
MEDIAActive	2016	Aprender Office 2016 con 100 ejercicios prácticos	1	Marcombo	España Barcelona	1	213	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Ejercicios prácticos para comprender el funcionamiento de Office. BIBLIOGRAFÍA CONTEMPORÁNEA								
URL: https://0x102qhk5-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/280061								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Pérez Rodríguez, María Dolores	2018	Word 2003 (2a. ed.)	2da	ICB	España Málaga	1	405	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Curso de Word. BIBLIOGRAFÍA CONTEMPORÁNEA								
URL: https://0x102qhk5-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/228686/								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Pérez Rodríguez, María Dolores	2016	Excel 2013 (2a. ed.)	2da	IBC	España Málaga	1	440	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Manual de Excel. BIBLIOGRAFÍA CONTEMPORÁNEA								

URL:	https://0x102qhk5-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/120596							
Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Vasconcelos Santillán, Jorge	2018	Introducción a la computación	1era	Grupo Editorial Patria	México México D.F	1	249	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Computación. BIBLIOGRAFÍA CONTEMPORÁNEA							
URL:	https://0x102qhk5-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/98314							

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Elizondo Callejas, Rosa Alicia	2014	Informática 1	1	Grupo Editorial Patria	México México D.F.	1	233	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Curso de informática. BIBLIOGRAFÍA CLÁSICA								
URL: https://0x102qhk5-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/39506/								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Rodríguez Álvarez, Víctor Manuel	2011	Manual Power Point 2010. Formación para el Empleo	1era	Editorial CEP, S.L.	España Madrid	1	129	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Manual de Power Point. BIBLIOGRAFÍA CLÁSICA								
URL: https://0x102qhk5-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/50992								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Vizán Pérez, Esther	2014	Procesadores de textos y presentaciones de información básicos (UF0510)	1era	Editorial CEP, S.L.	España Madrid	1	177	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Manual de procesadores de texto. BIBLIOGRAFÍA CLÁSICA								
URL: https://0x102qhk5-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/51056								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Romero Gómez, Antonio	2019	Computación I: teoría y práctica	1era	Grupo Editorial Éxodo	México México D.F.	1	215	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Manual de computación. BIBLIOGRAFÍA CONTEMPORÁNEA								
URL: https://0x102qhk5-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/165248								

