



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: Marketing Digital

MODALIDAD EN LÍNEA

SÍLABO

SISTEMAS DE INFORMACIÓN APLICADOS

NIVEL

CUARTO

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	2
Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral	32
Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo	64
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.)	96

III DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Propósito Desarrollar en el estudiante la capacidad de evaluar e integrar sistemas de información y plataformas de analítica digital para transformar el comportamiento del consumidor en estrategias accionables. El propósito es dominar la medición de datos y el diseño de cuadros de mando (dashboards) para liderar la toma de decisiones corporativas y optimizar el rendimiento de las campañas de marketing online.

Descripción de la asignatura La asignatura Sistemas de Información Aplicados se organiza en cuatro unidades temáticas: 1. Fundamentos de analítica web. 2. Uso de Google Analytics y segmentación. 3. Sistemas de información y aplicaciones web (WebApps). 4. Cuadro de mando integral e indicadores empresariales. La metodología de enseñanza combina el método expositivo con el aprendizaje basado en proyectos, integrando entornos virtuales y herramientas de inteligencia de negocios para promover el pensamiento crítico, la comunicación asertiva y la toma de decisiones estratégicas basadas en datos del estudiante. Como resultado del proceso de aprendizaje, se espera que los estudiantes evalúen e integren ecosistemas de analítica digital y cuadros de mando interactivos, optimizando el seguimiento de objetivos comerciales y el rendimiento de las estrategias de marketing para cumplir con los objetivos organizacionales.

Objetivo general de la asignatura Integrar sistemas de información y plataformas de analítica web para liderar la evaluación, optimización y toma de decisiones estratégicas, garantizando el rendimiento comercial a través de la visualización de datos en entornos digitales.

Objetivos específicos de la asignatura

- 1.-Evaluar la arquitectura de los sistemas de información y analítica web para la toma de decisiones estratégicas.
- 2.-Implementar planes de medición y configuración de plataformas analíticas para el monitoreo del consumidor digital.
- 3.-Integrar aplicaciones web y sistemas de información con plataformas analíticas garantizando la seguridad de los datos.
- 4.-Diseñar cuadros de mando integrales (dashboards) e indicadores empresariales (KPIs) para la visualización de datos.

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	Evaluar la arquitectura de los sistemas de información y analítica web para 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.- Fundamentos de analítica web	4	0	8	Pruebas de Diagnostico
1.2.- Principios de medición en entornos digitales	4	8	0	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
SUBTOTAL HORAS	8	8	8	TOTAL HORAS: 24

Resultados de aprendizaje: Evalúa la arquitectura de los sistemas de información y analítica web para la toma de decisiones estratégicas.
Metodología de enseñanza : Método expositivo
Estrategias educativas : Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres
Recursos didácticos : Otros, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Aula Virtual
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Implementar planes de medición y configuración de plataformas analíticas para el monitoreo del consumidor 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.- Uso de Google Analytics	4	0	8	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
2.2.- Segmentación de audiencias	4	8	0	Trabajos y ejercicios en clases Pruebas escritas de la unidad
SUBTOTAL HORAS	8	8	8	TOTAL HORAS: 24

Resultados de aprendizaje: Implementa planes de medición y configuración de plataformas analíticas para el monitoreo del consumidor digital.
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Método expositivo
Estrategias educativas : Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres
Recursos didácticos : Otros, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Aula Virtual
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Integrar aplicaciones web y sistemas de información con plataformas analíticas garantizando la seguridad de los datos.			
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.- Sistemas de información aplicados al marketing	4	0	8	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
3.2.- Integración con plataformas analíticas	4	8	0	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
SUBTOTAL HORAS	8	8	8	TOTAL HORAS: 24

Resultados de aprendizaje: Integra aplicaciones web y sistemas de información con plataformas analíticas, garantizando la seguridad de los datos.
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Método expositivo
Estrategias educativas : Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres
Recursos didácticos : Otros, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Aula Virtual
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Diseñar cuadros de mando integrales (dashboards) e indicadores empresariales (KPIs) para la visualización de datos.			
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.- Diseño de dashboards y visualización de datos	4	0	8	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
4.2.- Informes	4	8	0	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Evaluaciones Parciales
SUBTOTAL HORAS	8	8	8	TOTAL HORAS: 24

Resultados de aprendizaje: Diseña cuadros de mando integrales (dashboards) e indicadores empresariales (KPIs) para la visualización de datos.
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Método expositivo
Estrategias educativas : Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres
Recursos didácticos : Otros, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Aula Virtual
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Responsabilidad

V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)

Escenario de Aprendizaje Real: Entornos digitales reales y herramientas de analítica Escenario de Aprendizaje Virtual: Aula Virtual Institucional (Asincrónico) Escenario de Aprendizaje Áulico: Plataforma de videoconferencia (Sincrónico)

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.- Evaluar la arquitectura de los sistemas de información y analítica web para la toma de decisiones estratégicas.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de unidad. Instrumento: Cuestionario - Plataforma Moodle
2.- Implementar planes de medición y configuración de plataformas analíticas para el monitoreo del consumidor digital.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de unidad. Instrumento: Cuestionario - Plataforma Moodle
3.- Integrar aplicaciones web y sistemas de información con plataformas analíticas garantizando la seguridad de los datos.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de unidad. Instrumento: Cuestionario - Plataforma Moodle
4.- Diseñar cuadros de mando integrales (dashboards) e indicadores empresariales (KPIs) para la visualización de datos.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Técnica: Prueba general de fin de unidad. Instrumento: Cuestionario - Plataforma Moodle

VII BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Reire Forradellas, Ricardo Náñez Alonso, Sergio	2025	Transformación Digital y Negocios inteligentes la Era de la Inteligencia Artificial	1	Dykinson	España Madrid	1	183	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Bibliografía contemporánea. Este libro es la piedra angular para comprender cómo la inteligencia artificial ha redefinido los sistemas de información y la analítica empresarial.							
URL:	https://0x102sv8m-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/286470							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Gomez Zorrilla, Jose Sánchez Piña, Daniel	2022	Guía práctica de analítica digital: ROI, KPI y Métricas. Cómo medir y optimizar tu estrategia digital para potenciar tu negocio	1	LID Editorial España	España Córdoba	1	153	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Bibliografía contemporánea.							
URL:	https://0x102sv8m-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/270603							

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Orosco Juan Carlos	2022	Y el marketing hizo clic	1	Alphaeditorial	Colombia Bogota	1	159	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Bibliografía contemporánea. El libro expone todos los elementos que componen el marketing digital, incluyendo apps y nuevas tendencias como el metaverso.								
URL: https://0x104t1nt-y-https-www-alphaeditorialcloud-com.itmsp.museknowledge.com/reader/y-el-marketing-hizo-clic?location=1								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Liberos Hoppe, Eduardo Ahumada Luyando, Silvia Sánchez Ahumada, Miranda	2024	Inteligencia artificial para el marketing	1	ESIC	España Madrid	1	368	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario: Biblioteca contemporánea. Explica cómo la IA potencia los procesos de marketing mediante el uso estratégico de grandes volúmenes de datos.								
URL: https://0x104t1nt-y-https-www-alphaeditorialcloud-com.itmsp.museknowledge.com/reader/inteligencia-artificial-para-el-marketing?location=1								

