

**1. DATOS GENERALES DEL CURSO**

Nombre del curso	Tecnologías de la Información y la Comunicación				
Programa al que pertenece	Licenciatura en Mercadotecnia Digital				
Área de formación	Básica Común Obligatoria				
Clave de la materia	IH542		Créditos	8	
Horas totales del curso	90	Horas Teoría	30	Horas Práctica	60
Fecha de diseño del curso	19/03/2019		Fecha de actualización del curso	04/06/2021	

2. COMPETENCIA

El estudiante aplica las nuevas tecnologías de información y comunicación, enfocado al área de mercadotecnia con un sentido crítico, analítico y responsable.

3. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Propuesta estratégica que apoye una campaña mercadológica de transformación digital en una organización.
--------------------	--

4. RECORTE DE CONTENIDO

	Tema 1	Tema 2	Tema 3	Tema 4
Título	Hacia una sociedad basada en el conocimiento (SBC)	El rol de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la mercadotecnia digital	Tecnologías emergentes y su aplicación en la mercadotecnia digital	Liderazgo tecnológico
Objetivo	Identificar la evolución de la generación, asimilación y transmisión de conocimiento en una sociedad.	Analizar infraestructuras de información y comunicación y su evolución, con un enfoque en las necesidades del usuario.	Aplicar el potencial del desarrollo de las TIC.	Analizar propuestas de medios digitales que apoyen la mercadotecnia.



Contenido	<ul style="list-style-type: none"> • Características de la economía de la información y comunicación. • Estrategias de medición de las SBC. • Brecha digital: TIC para el Desarrollo. • Gestión de la información. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conceptualización y características de las TIC • Identificar una arquitectura de TI • Comunicación síncrona y asíncrona • Servicios de Internet • La importancia de la usabilidad • Seguridad de la información 	<ul style="list-style-type: none"> • Protocolos implementados en las comunidades virtuales • Principales redes sociales y su funcionamiento • Desarrollo web, aplicaciones móviles y Big data • Herramientas digitales en la mercadotecnia • Innovaciones disruptivas: <ul style="list-style-type: none"> - Gamificación - Geolocalización - Realidad Aumentada - Realidad Virtual - Inteligencia Artificial - Internet de las cosas (IoT) • Smart Cities 	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnologías positivas • Globalización y desarrollo sostenible • Digitalización y sus efectos • Difusión de las innovaciones digitales
------------------	--	--	--	--

5. PRERREQUISITOS

Obligatorios	Ninguno
Recomendados	Ninguno

6. PERFIL DEL DOCENTE PARA IMPARTIR EL CURSO

Profesor con nivel Licenciatura o Posgrado de cualquier carrera de tecnología aplicada, diseño gráfico, comunicación gráfica, mercadotecnia, publicidad o afín, que cuente con conocimientos sobre el uso de las tecnologías de la información y la comunicación para la gestión de las organizaciones.