

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO ALMIRANTE ILLINGWORTH
PROPUESTA DE MALLA CURRUCULAR PARA LA CARRERA
TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL y COMERCIO ELECTRÓNICO

Modalidad: EN LINEA

Unidades de Organización Curricular	Organización del Aprendizaje	Período I		Período II		Período III		Período IV		Período V		SubTotal	
		Asignatura	H	Asignatura	H	Asignatura	H	Asignatura	H	Asignatura	H		Horas
Básica	A.C.D.	Metodología de la Investigación	48	Estadística	48							1120	
	A.A.		36		36								
	A.P.E.		36		36								
	Total		120		120								
	A.C.D.			Inglés I	48	Inglés II	48	Inglés III	48				
	A.A.				36		36						
	A.P.E.				36		36						
	Total				120		120						
	A.C.D.	Fundamentos de Administración	32	Costos	32	Presupuesto	48						
	A.A.		24		24								
	A.P.E.		24		24								
	Total		80		80								
	A.C.D.	Fundamento del Comercio Electrónico	48	Sistema del Comercio Electrónico	48								
	A.A.		36		36								
	A.P.E.		36		36								
	Total		120		120								
	A.C.D.												
	A.A.												
A.P.E.													
Total													
Profesional	A.C.D.	Digitalización del Comercio	32	Ecosistemas Digitales	32	Social Media Marketing	32	Seguridad de la Información	32	Emprendimiento e Innovación	32	1856	
	A.A.		24		24								
	A.P.E.		24		24								
	Total		80		80								
	A.C.D.	Fundamentos del Marketing	48	Marketing Relacional	48	Promoción y Posicionamiento	48						
	A.A.		36		36								
	A.P.E.		36		36								
	Total		120		120								
	A.C.D.							Gestión de la Política de Precios	48	Comercio Electrónico para Bienes y Servicios	32		
	A.A.								36		24		
	A.P.E.								36		24		
	Total								120		80		
	A.C.D.	Redacción de Contenidos	48			Tiendas Online	32	Pasarela de Pagos	32	Canal de Distribución y Logística	48		
	A.A.		36				24						
A.P.E.	36		24										
Total	120		80										
A.C.D.					Investigación y Segmentación de Mercados	48	Google Adwords y Analytics	48	Estrategias de Marketing Digital y Comercio Electrónico	54			
A.A.						36		36					
A.P.E.						36		36					
Total						120		120					
A.C.D.							Branding para Entorno Digitales	48					
A.A.								36			36		
A.P.E.								36			36		
Total								120			120		
Integración Curricular	A.C.D.										Trabajo de Integración Curricular o Examen Complejivo	96	240
	A.A.											0	
	A.P.E.											144	
	Total											240	
SUBTOTAL ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	A.C.D.		256	A.C.D.		256	A.C.D.		256	A.C.D.		262	1286
	A.A.		192	A.A.		192	A.A.		192	A.A.		125	893
	A.P.E.		192	A.P.E.		192	A.P.E.		192	A.P.E.		269	1037
PRACTICAS DE SERVICIO COMUNITARIO								80 Branding para Entornos Digitales		64 Emprendimiento e Innovación		144	384
PRACTICAS LABORALES		80 Fundamentos de Marketing		80 Marketing Relacional		80 Social Media Marketing						240	

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO ALMIRANTE ILLINGWORTH
 PROPUESTA DE MALLA CURRUCULAR PARA LA CARRERA
 TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING DIGITAL y COMERCIO ELECTRÓNICO
 Modalidad: EN LINEA

Unidades de Organización Curricular	Organización del Aprendizaje	Período I		Período II		Período III		Período IV		Período V		SubTotal
		Asignatura	H	Asignatura	H	Asignatura	H	Asignatura	H	Asignatura	H	
TOTAL DE HORAS POR PERIODO ACADÉMICO ORDINARIO / EXTRAORDINARIO		720		720		720		720		720		3600

Actividades de Aprendizaje	Total Horas	Por ciento %
Componente de Aprendizaje en Contacto con el Docente	1286	35,72%
Componente de Aprendizaje Autónomo	893	24,81%
Componente de Aprendizaje Práctico Experimental	1037	28,81%
Proyecto Comunitario	144	4,00%
Prácticas Preprofesionales	240	6,67%
TOTAL DE HORAS	3600	100,00%

Número de Materias en Malla Curricular = 29

Campos de formación	Total Horas	Por ciento %
Unidad Básica	1120	31,11%
Unidad Profesional	1856	51,56%
Proyecto comunitario	144	4,00%
Prácticas Preprofesionales	240	6,67%
Unidad de Integración Curricular	240	6,67%
TOTAL DE HORAS	3600	100%