



UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA
VICERRECTORIA ACADÉMICA
SYLLABUS DE ASIGNATURA

I. DATOS GENERALES

Facultad: Ciencias Económicas y Empresariales Departamento: Dirección Empresarial Carrera: Licenciatura en Marketing

Nombre del profesor: Msc. Neville A. Cross Tipo de Contrato: Horario Asignatura: Tecnología de Información y Comunicación Grupo: 12120123C

Días y horas de clases: Martes 4:00pm a 5:50pm; Jueves de 3:00pm a 4:50pm Días y horario de consulta: Jueves de 5:00pm a 5:50pm

Fecha de Entrega: _____ Recibido por: _____ Aprobado por: _____.

II. OBJETIVOS DE ASIGNATURA

Al finalizar el curso los estudiantes habrán desarrollado las competencias siguientes:

1. Puede diferenciar los componentes de Tecnología de Información y Comunicación y su valorar utilización apropiada dentro de las organizaciones.
2. Puede valorar las interrelaciones entre los distintos actores de la economía digital.
3. Puede contextualizar el rol de las Tecnologías de Información y Comunicación en la realidad nacional y regional
4. Puede valorar distintos usos de Tecnología de Información y Comunicación en Estrategias de Negocio y en particular de Mercadeo
5. Puede crear y publicar en Internet una página web.

III. REGLAS DEL JUEGO

1. La asistencia y puntualidad a clase constituyen una responsabilidad fundamental para los/las estudiantes y docentes (Arto. 42 del Reglamento).
2. Tener apagados los celulares y audífonos, así como otros medios audiovisuales en período de clase, siempre y cuando su uso no sea propio de la materia que cursa. (Arto. 86-m del Reglamento).
3. Se espera que los estudiantes participen de manera activa durante el desarrollo de las clases, manteniendo una actitud propositiva, de respeto y tolerancia hacia opiniones divergentes. Las participaciones deberán ser de calidad, sumativas y no repetitivas.
4. Se deberán respetar las fechas de pruebas, presentaciones, evaluaciones, tareas, etc., según lo establecido previamente, las cuales se deberán realizar en tiempo y forma.
5. No se permite ingerir alimentos ni uso de goma de mascar dentro del aula o laboratorio.

IV.- CALENDARIZACIÓN DE ACTIVIDADES

No.	Fecha	Unidad Temática /Contenidos Específicos	En el aula	Fuera del aula
01	Martes 18/09/12	Presentación de la Clase Introducción a las TIC Definición de las TIC Evolución de las TIC	Presentación por el docente	Lectura de material
02	Jueves 20/09/12	Introducción a las TIC Componentes de las TIC: Hardware y Software	Ejercicios en el Laboratorio	Lectura de material
03	Martes 25/09/12	Introducción a las TIC Componentes de las TIC: Redes	Debate en Clase	Lectura de material
04	Jueves 27/09/12	Introducción a las TIC Componentes de TIC: Bases de Datos y Arquitectura de sistemas basados en red	Ejercicios en el laboratorio	
05	Martes 02/10/12	Economía Digital Computación	Prueba de la unidad anterior Presentación por el docente	Lectura de material
06	Jueves 4/10/12	Economía Digital Contenidos	Charla por un invitado	Lectura de material
07	Martes 09/10/12	Economía Digital Comunicaciones	Debate en clase	Lectura de material
08	Jueves 11/10/12	Economía Digital Indicadores	Ejercicios en laboratorio	
09	Martes 16/10/12	Situación de las TIC en la Región Latinoamericana	Prueba de la unidad anterior Asesoría sobre investigaciones	
10	Jueves 18/10/12	Situación de las TIC en la Región Latinoamericana	Charla por un invitado	
11	Martes 23/10/12	Situación de las TIC en la Región Latinoamericana	Presentación de Investigaciones	
12	Jueves 25/10/12	Situación de las TIC en la Región Latinoamericana	Presentación de Investigaciones	
13	Martes 02/11/12	Las TIC en la Estrategía de Marketing Aplicaciones de TIC al marketing	Debate en clase	Lectura de material
14	Jueves 05/11/12	Las TIC en la Estrategía de Marketing Importancia de las TIC en el marketing	Ejercicios en el laboratorio	Lectura de material
15	Martes 09/11/12	Las TIC en la Estrategía de Marketing Las TIC como parte de la estrategia de Marketing	Debate en Clase	
16	Jueves 12/11/12	Las TIC en la Estrategía de Marketing	Resolución de Caso de Estudio	Lectura de material
17	Martes 16/11/12	El World Wide Web Nacimiento del World Wide Web Definición y Concepto del World Wide Web	Presentación por el docente	Lectura de material
18	Jueves 19/11/12	El World Wide Web Elementos que componen una pagina web El modelo funcional de una página web	Ejercicios en el laboratorio	Lectura de material
19	Martes 23/11/12	El World Wide Web Componentes necesarios para crear una página web Creación de una página web	Presentación por el docente	Lectura de material
20	Jueves 22/11/12	El World Wide Web Componentes necesarios para publicar una página web Identificación de los elementos que conforman el nombre de un sitio web	Ejercicios en el laboratorio	Lectura de material

No.	Fecha	Unidad Temática /Contenidos Específicos	En el aula	Fuera del aula
21	Martes 27/11/12	El World Wide Web Publicación de una página web	Asesoría sobre proyectos	
22	Jueves 29/11/12	El World Wide Web Publicación de una página web	Asesoría sobre proyectos	
23	Martes 04/12/12	El World Wide Web Publicación de una página web	Presentación de Proyectos	
24	Jueves 06/12/12	El World Wide Web Publicación de una página web	Presentación de Proyectos	

V. SISTEMA DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN		Puntos	VI. BIBLIOGRAFIA
Actividad			
Pruebas		30	<ul style="list-style-type: none"> Managing Information Systems. Leinder Third Edition. Thompson, R. &. (2003). Information Technology and Management. Mc-Graw Hill Turban, E. &. Gerencia de las Tecnologías de la información (Mejoramiento de la calidad y productividad). New York: John Wiley & Songs, Inc. Cohen, D., Asín, E.(2005).Sistemas de Información para los negocios. México D.F:McGraw-Hill Interamericana. Gómez A., Suárez, C.(2007).Sistemas de Información: Herramientas prácticas para la gestión empresarial. México, D.F. Alfaomega.
Investigación		15	
Caso de Estudio		15	
Proyecto – Página web		40	
Total		100	