

Curso de Investigación Pregradual (CIP) 2026-2

Diseño Visual – Marketing Digital, UX y UI

Para: Estudiantes del programa Diseño Visual y Decoración de Interiores

De: Coordinación Académica – Facultad de Ciencias Humanas Arte y Diseño

Asunto: Curso de Investigación Pregradual (CIP) 2026-2

CIRCULAR INFORMATIVA

La Coordinación Académica de la facultad de Ciencias Humanas Arte y Diseño, del programa de Diseño Visual se permite informar que se ha programado el CURSO DE INVESTIGACIÓN PREGRADUAL (CIP) denominado: **MARKETING DIGITAL, UX Y UI APLICADO A PRODUCTOS DIGITALES**, como una de las modalidades de opción de grado, mediante la cual los estudiantes podrán desarrollar un proyecto aplicado con enfoque investigativo.

1. Procedimiento de inscripción

El proceso de inscripción al Curso de Investigación Pregradual (CIP) se realizará de la siguiente manera:

- a. Diligenciamiento del formato institucional correspondiente (**FR- II-GFI-05**)
- b. Descarga del formato desde la página oficial de la universidad.
- c. Adjuntar fotocopia del documento de identidad al 150%.
- d. Realizar la solicitud a través del módulo de solicitudes, adjuntando los documentos requeridos.
- e. **Inscripción de los estudiantes para cursar el CIP será desde el 06 de abril hasta el 30 de abril de 2026**

2. Requisitos para cursar el CIP

El curso podrá ser realizado por estudiantes que cumplan con los siguientes criterios:

- Haber aprobado el 100% de los créditos académicos del plan de estudios.
- Contar con un promedio acumulado igual o superior a 3.5.
- Presentar resultados o citación de las pruebas Saber Pro.
- Cumplir con un mínimo de 15 estudiantes inscritos, por condiciones logísticas y presupuestales.

NOTA: Los estudiantes que se inscriban al CIP y estén cursando octavo semestre o las últimas asignaturas del plan de estudios no podrán perder asignaturas, si esto ocurre **NO** podrán realizar el CIP. (Al estudiante que perdiendo asignaturas y que haya realizado el pago del CIP, se le generará **saldo a favor** para que curse el CIP en el segundo periodo académico)

3. Inversión

- Valor del curso: **4,124,800**
- (Se aplicarán descuentos conforme a políticas institucionales vigentes)

- Los estudiantes que cancelen el CIP hasta el 15 de mayo 2026 obtendrán un 10 % de descuento sobre el valor pleno.
- Los estudiantes que cancelen el CIP entre 16 de mayo del 2025 y hasta el 15 de junio del 2026 se cobrará el valor pleno.

El recibo de liquidación para pago será emitido por el área financiera y podrá ser descargado de Q10.

Una vez efectuado el pago, deberá cargar soporte y/o acuerdo firmado (si aplica) a través de Módulo de solicitudes en “pagos especiales”, hasta el día 15 de junio del 2026

De acuerdo con la ficha de caracterización de actividades extracurriculares y complementarias se determina:

- **Nombre del CIP: MARKETING DIGITAL, UX Y UI APLICADO A PRODUCTOS DIGITALES,**

4. Descripción del curso

El Curso de Investigación Pregradual en **Marketing Digital, UX y UI Aplicado A Productos Digitales**, tiene como propósito el desarrollo de un **producto digital funcional** (sitio web, aplicación o landing page), integrando:

- Principios de **diseño centrado en el usuario (UX/UI)**
- Estrategias de **marketing digital orientadas a conversión**
- Procesos de **investigación aplicada en entornos digitales**

El curso articula metodologías activas como **UX Research, prototipado iterativo y validación de usuarios**, permitiendo a los estudiantes desarrollar soluciones digitales contextualizadas.

5. Objetivo del CIP

Implementar un curso de investigación pregradual orientado al estudio del marketing digital y la experiencia de usuario, para que los estudiantes desarrollen proyectos basados en metodologías UX, análisis de audiencias y diseño de interfaces centradas en el usuario.

6. Modalidad

- Modalidad: Presencial con apoyo en plataformas digitales
- Desarrollo: Talleres, laboratorios prácticos y sesiones teórico-aplicadas
- Acompañamiento: Asesorías permanentes durante el desarrollo del proyecto

7. Evaluación

Cada módulo será evaluado en una escala de 0.0 a 5.0, con nota mínima aprobatoria de 3.5, bajo los siguientes criterios:

- **Ser:** 10%
- **Teoría:** 45%
- **Práctica:** 45% (entregables sustentables)

Asistencia: Obligatoria. La inasistencia a sesiones presenciales podrá generar la pérdida del curso.

8. Trabajo final

Al finalizar el CIP, el estudiante deberá:

- Presentar y sustentar un **proyecto digital funcional**
- Entregar un **artículo científico derivado del proceso investigativo**
- Elaborar un **Resumen Analítico Especializado (RAE)**
- Presentar un **registro audiovisual de la sustentación**
-

El incumplimiento en tiempos o entregables implicará la pérdida de la modalidad.

9. Componentes formativos del curso

El CIP se desarrollará en torno a los siguientes ejes:

- Investigación en experiencia de usuario (UX Research)
- Arquitectura de información y usabilidad
- Diseño de interfaces digitales (UI)
- Prototipado interactivo (Figma u otras herramientas)
- Estrategias de marketing digital (SEO, SEM, automatización)
- Analítica y medición de resultados (KPIs, métricas de conversión)

10. Duración

El curso tendrá una duración aproximada de:

HORAS PRESENCIALES	80 HORAS	ALTERNANCIA (HP)
HORAS AUTONOMO	70 HORAS	TRABAJO INDEPENDIENTE (HI)
SUSTENTACIÓN	SUSTENTACIÓN Y ENTREGABLES	
HORAS TOTALES	150 HORAS	

Módulo	IH	Fecha	Inicio	Fin
MÓDULO 1. Fundamentos estratégicos planteamiento del problema digital	4	20/06/2026	07:00 a.m.	11:00 a. m.
	4	20/06/2026	01:00 p.m.	5:00 p. m.
	5	21/06/2026	07:00 a.m.	12:00 p. m.
	5	21/06/2026	01:00 p.m.	6:00 p. m.
MÓDULO 2. UX Research y análisis del usuario	8	27/06/2026	07:00 a.m.	5:00 p. m.
MÓDULO 3. Arquitectura de información diseño de experiencia (UX)	6	28/06/2026	07:00 a.m.	11:00 a. m.
	4	28/06/2026	01:00 p.m.	5:00 p. m.
	4	4/07/2026	07:00 a.m.	1:00 p. m.
MÓDULO 4. Diseño de interfaces (UI) y prototipado interactivo	6	5/07/2026	07:00 a.m.	1:00 p. m.
	5	5/07/2026	01:00 p.m.	6:00 p. m.
MÓDULO 5. Estrategias de marketing digital y conversión	4	11/07/2026	07:00 a.m.	11:00 a. m.
	6	11/07/2026	12:00 p.m.	6:00 p. m.
MÓDULO 6. Evaluación, analítica y validación del producto digital	6	12/07/2026	07:00 a.m.	1:00 p. m.
	4	12/07/2026	02:00 p.m.	6:00 p. m.
	7	18/07/2026	07:00 a.m.	2:00 p. m.
Asesoría Final del trabajo	2	25/07/2026		Por definir
Entrega trabajo Final		10/08/2026		Por definir

Sustentación trabajo final	Por definir de acuerdo calendario pasto – jornada entre semana
-----------------------------------	--

*Tiene incluida una hora de almuerzo / **Fechas pueden ser modificadas / (V) Virtual / (P) Presencial

11. Consideraciones finales

- La programación del curso podrá ajustarse según disponibilidad docente y número de inscritos.
- La fecha de sustentación será informada oportunamente.
- Los productos desarrollados deberán cumplir con estándares académicos e investigativos del programa.

INTEGRADOR FINAL DEL CIP	
Producto final	Prototipo digital navegable
	Artículo científico
	RAE
	Sustentación



Andrea Cuestas Camacho
 Coordinadora Académica de Ciencias Humanas, Artes y Diseño
andrea.cuestas@aunarvillavicencio.edu.co
 (608) 681 9340 ext 1002
www.aunarvillavicencio.edu.co
 Vía a Puerto López, km. 2, margen izquierda