

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA

CARRERA: Administración

ASIGNATURA: MODELO DE NEGOCIO DIGITAL II

UNIDAD 1: Publicidad en línea y estrategias de monetización

TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Dominando la Publicidad Digital: Estrategias de Monetización Efectivas.

OBJETIVO: Capacidad de desarrollar y ejecutar estrategias efectivas de publicidad en línea.

TIEMPO DE DURACIÓN: 6 horas

1.FUNDAMENTOS: La publicidad en línea se ha convertido en un pilar fundamental para el éxito de cualquier negocio en la era digital. Se basa en la utilización de plataformas y canales digitales para promocionar productos, servicios o marcas, con el objetivo de llegar a una audiencia específica y generar resultados medibles. Los fundamentos teóricos de esta disciplina abarcan desde la comprensión del comportamiento del consumidor en línea y la segmentación de audiencias, hasta el conocimiento de los diferentes formatos publicitarios (display, búsqueda, video, social media, etc.), las métricas clave (CTR, CPC, CPA, ROI) y las estrategias de optimización de campañas. Además, es crucial entender los modelos de monetización digital, que incluyen la publicidad basada en clics (PPC), la publicidad basada en impresiones (CPM), el marketing de afiliación, el contenido patrocinado y los modelos de suscripción, entre otros. La correcta aplicación de estos fundamentos permite a las empresas maximizar su retorno de inversión y alcanzar sus objetivos de marketing digital.

2.OBJETIVOS A ALCANZAR:

Al finalizar esta clase, los estudiantes serán capaces de diseñar, implementar y evaluar estrategias de publicidad en línea efectivas, seleccionando los canales y formatos publicitarios adecuados, aplicando técnicas de segmentación y optimización, y comprendiendo los diferentes modelos de monetización digital para alcanzar los objetivos de marketing de una empresa.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento: Los estudiantes aprenderán a analizar el mercado digital, identificar oportunidades de publicidad, seleccionar las plataformas y formatos publicitarios más adecuados para cada objetivo, segmentar audiencias, optimizar campañas en tiempo real y analizar los resultados para tomar decisiones informadas.

Destrezas sensoriales: Si bien la publicidad digital se centra principalmente en la información visual (anuncios, banners, videos), los estudiantes desarrollarán la capacidad de interpretar datos y métricas (a través de dashboards y reportes) para evaluar el rendimiento de las campañas y detectar áreas de mejora.

Destrezas motoras: En este contexto, las destrezas motoras se traducen en la capacidad de utilizar herramientas y plataformas de publicidad digital (como Google Ads, Facebook Ads Manager, etc.) para crear, configurar y gestionar campañas publicitarias.

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

A partir de los contenidos dictados en esta unidad, el alumno desarrollará el primer parcial de la asignatura con una evaluación de 15 puntos, estableciendo los tipos de planeación respondiendo un cuestionario en formulario de Google.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Se recomienda la revisión de los conceptos básicos de planificación y la lectura de los materiales proporcionados en la bibliografía básica.

El libro *"Capitalismo y modelos de negocios en la revolución digital y transformación del mercado de trabajo"* de Francisco Avendaño (2023) explora cómo el capitalismo ha evolucionado en la era digital, adaptándose a las nuevas dinámicas de los modelos de negocio y el mercado laboral. Avendaño analiza cómo la revolución digital ha transformado industrias enteras, generando cambios significativos en las estructuras organizativas, la producción y el consumo. También aborda el impacto de las tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial y el big data, en los modelos de negocios tradicionales y en la fuerza laboral, destacando tanto oportunidades como desafíos.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

En la guía práctica 1, el alumno desarrollará una evaluación con preguntas de selección múltiple relacionadas con el contenido abordado en la Unidad 1. Esta actividad corresponda la primera evaluación parcial y tiene un valor de 15 puntos.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

Seguridad: La seguridad es primordial. Los ambientes de práctica deben cumplir con regulaciones de seguridad y salud en el trabajo. Esto incluye la identificación de riesgos potenciales, la provisión de equipo de protección personal cuando sea necesario y la implementación de protocolos de seguridad.

Supervisión: Los estudiantes en prácticas suelen requerir supervisión adecuada para asegurarse de que están realizando las tareas de manera segura y correcta. Los docentes han de asumir la función de supervisores, por lo que deben estar disponibles para responder preguntas, proporcionar orientación y evaluar el progreso del estudiante.

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS.

Durante el progreso de la práctica el estudiante fortalece su espíritu reflexivo orientado al logro del trabajo en equipo, solución de conflictos, respeto, solidaridad etc. Fortaleciendo los valores y habilidades fundamentales para su formación académica y profesional.

9. CONCLUSIONES: La publicidad en línea es una herramienta esencial en el entorno empresarial actual. Dominar las estrategias de publicidad digital y los modelos de monetización te proporcionará una ventaja competitiva significativa en el mercado laboral. Esta unidad te ha brindado las bases para comprender y aplicar estas estrategias de manera efectiva, permitiéndote contribuir al éxito de cualquier organización en el ámbito digital.

10. RECOMENDACIONES:

Les recomiendo que continúen explorando las diversas plataformas y herramientas de publicidad digital, experimentando con diferentes formatos y estrategias, y manteniéndose actualizados sobre las últimas tendencias y mejores prácticas en este campo en constante evolución. La práctica constante y la curiosidad por aprender son clave para convertirse en un profesional exitoso en publicidad digital.

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA

CARRERA: Administración

ASIGNATURA: MODELO DE NEGOCIO DIGITAL II

UNIDAD 2: Modelos de negocio basados en ventas y suscripciones

TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: El Auge de las Suscripciones: Modelos de Negocio Recurrentes en la Era Digital

OBJETIVO: Analizar y diseñar modelos de negocio efectivos que se basen en estrategias de suscriptores.

TIEMPO DE DURACIÓN: 6 horas

1.FUNDAMENTOS: Los modelos de negocio basados en ventas y suscripciones representan una estrategia fundamental en la economía digital actual, donde las empresas ofrecen acceso continuo a productos o servicios a cambio de pagos recurrentes. Este enfoque se centra en la construcción de relaciones a largo plazo con los clientes, generando ingresos estables y predecibles. A diferencia de las ventas únicas, las suscripciones fomentan la lealtad del cliente y proporcionan una base sólida para el crecimiento sostenible. Los modelos de suscripción varían ampliamente, desde el acceso a contenido digital (como plataformas de streaming), software como servicio (SaaS), hasta la entrega periódica de productos físicos (como cajas de suscripción). La clave del éxito radica en ofrecer valor continuo al cliente, adaptándose a sus necesidades y preferencias en un mercado dinámico.

2.OBJETIVOS A ALCANZAR:

Comprender y analizar los fundamentos de los modelos de negocio basados en ventas y suscripciones, identificando sus ventajas, desventajas y aplicaciones en diversos contextos digitales, con el fin de desarrollar estrategias efectivas para la generación de ingresos recurrentes y la fidelización de clientes.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento:

Los estudiantes desarrollarán la capacidad de analizar diferentes tipos de contenido digital y determinar el modelo de monetización más adecuado (ventas o suscripciones). Aprenderán a segmentar audiencias, definir precios estratégicos, y diseñar propuestas de valor atractivas para cada segmento. Además, desarrollarán la capacidad de evaluar la viabilidad económica de un modelo de negocio basado en suscripciones, calculando métricas clave como el valor del ciclo de vida del cliente (CLTV) y la tasa de abandono (Churn Rate).

Destrezas sensoriales:

Aunque menos predominantes en este contexto, los estudiantes podrán desarrollar la capacidad de analizar la interfaz de usuario y la experiencia del cliente (UX/UI) de plataformas de suscripción existentes, identificando elementos visuales y de interacción que influyen en la decisión de suscripción.

Destrezas motoras:

Los estudiantes practicarán la creación de prototipos de páginas de venta y páginas de suscripción, utilizando herramientas digitales para el diseño y la maquetación.

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

A partir de los contenidos dictados en esta unidad, el alumno desarrollará el segundo parcial de la asignatura con una evaluación de 30 puntos, estableciendo los tipos de planeación respondiendo un cuestionario en formulario de Google.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Se recomienda la revisión de los conceptos básicos de planificación y la lectura de los materiales proporcionados en la bibliografía básica.

El libro "*Capitalismo y modelos de negocios en la revolución digital y transformación del mercado de trabajo*" de Francisco Avendaño (2023) explora cómo el capitalismo ha evolucionado en la era digital, adaptándose a las nuevas dinámicas de los modelos de negocio y el mercado laboral. Avendaño analiza cómo la revolución digital ha transformado industrias enteras, generando cambios significativos en las estructuras organizativas, la producción y el consumo. También aborda el impacto de las tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial y el big data, en los modelos de negocios tradicionales y en la fuerza laboral, destacando tanto oportunidades como desafíos.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

En la guía práctica 2, el alumno desarrollará una evaluación con preguntas de selección múltiple relacionadas con el contenido abordado en la Unidad 2. Esta actividad corresponda la primera evaluación parcial y tiene un valor de 30 puntos.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

Seguridad: La seguridad es primordial. Los ambientes de práctica deben cumplir con regulaciones de seguridad y salud en el trabajo. Esto incluye la identificación de riesgos potenciales, la provisión de equipo de protección personal cuando sea necesario y la implementación de protocolos de seguridad.

Supervisión: Los estudiantes en prácticas suelen requerir supervisión adecuada para asegurarse de que están realizando las tareas de manera segura y correcta. Los docentes han de asumir la función de supervisores, por lo que deben estar disponibles para responder preguntas, proporcionar orientación y evaluar el progreso del estudiante.

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS.

Durante el progreso de la práctica el estudiante fortalece su espíritu reflexivo orientado al logro del trabajo en equipo, solución de conflictos, respeto, solidaridad etc. Fortaleciendo los valores y habilidades fundamentales para su formación académica y profesional.

9. CONCLUSIONES: El estudio de los modelos de negocio basados en ventas y suscripciones les proporciona una valiosa perspectiva sobre las estrategias de monetización en la economía digital. Comprender cómo generar ingresos recurrentes y construir relaciones duraderas con los clientes es esencial para el éxito en un mercado cada vez más competitivo. Esta unidad les ha brindado las herramientas y conocimientos necesarios para analizar, diseñar e implementar modelos de suscripción efectivos en diversos contextos.

10. RECOMENDACIONES:

Les recomiendo que continúen explorando las tendencias y evoluciones en el mundo de las suscripciones, ya que este modelo de negocio sigue transformándose y adaptándose a las nuevas tecnologías y a las cambiantes necesidades de los consumidores. Investiguen sobre casos de éxito y fracaso, analicen las estrategias de marketing y retención de clientes, y manténganse actualizados sobre las mejores prácticas en este campo. La práctica constante y la experimentación les permitirán dominar este modelo y aplicarlo con éxito en sus futuros proyectos profesionales.

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA

CARRERA: Administración

ASIGNATURA: MODELO DE NEGOCIO DIGITAL II

UNIDAD 3: Generación de leads y marketing de contenido

TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: El Arte de Atraer: Generación de Leads con Marketing de Contenido Estratégico

OBJETIVO: Capacidad de desarrollar y ejecutar estrategias de marketing de contenido efectivas para generar leads de alta calidad.

TIEMPO DE DURACIÓN: 6 horas

1.FUNDAMENTOS: El marketing de contenidos se ha consolidado como una estrategia esencial en el entorno digital actual para la generación de leads. Se basa en la creación y distribución de contenido relevante, valioso y consistente para atraer y retener una audiencia claramente definida, con el objetivo final de impulsar acciones rentables. ¹ Este enfoque se centra en proporcionar valor a los usuarios a través de información útil, entretenida o educativa, estableciendo una relación de confianza y posicionando a la marca como una autoridad en su nicho. Al ofrecer contenido de calidad que responde a las necesidades e intereses del público objetivo, se fomenta la interacción, el engagement y, en última instancia, la conversión de visitantes en leads cualificados. Este proceso se apoya en diversas tácticas como el SEO, redes sociales, email marketing y analítica web para optimizar el alcance y la efectividad de las campañas.

2.OBJETIVOS A ALCANZAR:

Al finalizar esta clase, los estudiantes serán capaces de diseñar e implementar una estrategia de marketing de contenidos efectiva para la generación de leads, comprendiendo los fundamentos teóricos y prácticos necesarios para crear contenido atractivo, optimizar su distribución y medir su impacto en la captación de clientes potenciales.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento:

Elaborar un plan de marketing de contenidos que incluya la definición del público objetivo, la creación de un calendario editorial, la selección de canales de distribución y la definición de métricas de seguimiento.

Destrezas sensoriales:

Analizar el feedback de los usuarios en redes sociales y foros para identificar temas de interés y áreas de mejora en la estrategia de contenidos.

Destrezas motoras:

Utilizar herramientas de SEO para la investigación de palabras clave, herramientas de diseño gráfico para la creación de imágenes y herramientas de gestión de redes sociales para la programación de publicaciones.

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

A partir de los contenidos dictados en esta unidad, el alumno desarrollará el cuarto parcial de la asignatura con una evaluación de 20 puntos, estableciendo los tipos de planeación respondiendo un cuestionario en formulario de Google.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Se recomienda la revisión de los conceptos básicos de planificación y la lectura de los materiales proporcionados en la bibliografía básica.

El libro *"Capitalismo y modelos de negocios en la revolución digital y transformación del mercado de trabajo"* de Francisco Avendaño (2023) explora cómo el capitalismo ha evolucionado en la era digital, adaptándose a las nuevas dinámicas de los modelos de negocio y el mercado laboral. Avendaño analiza cómo la revolución digital ha transformado industrias enteras, generando cambios significativos en las estructuras organizativas, la producción y el consumo. También aborda el impacto de las tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial y el big data, en los modelos de negocios tradicionales y en la fuerza laboral, destacando tanto oportunidades como desafíos.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

En la guía práctica 3, el alumno desarrollará una evaluación con preguntas de selección múltiple relacionadas con el contenido abordado en la Unidad 3. Esta actividad corresponda la primera evaluación parcial y tiene un valor de 20 puntos.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

Seguridad: La seguridad es primordial. Los ambientes de práctica deben cumplir con regulaciones de seguridad y salud en el trabajo. Esto incluye la identificación de riesgos potenciales, la provisión de equipo de protección personal cuando sea necesario y la implementación de protocolos de seguridad.

Supervisión: Los estudiantes en prácticas suelen requerir supervisión adecuada para asegurarse de que están realizando las tareas de manera segura y correcta. Los docentes han de asumir la función de supervisores, por lo que deben estar disponibles para responder preguntas, proporcionar orientación y evaluar el progreso del estudiante.

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS.

Durante el progreso de la práctica el estudiante fortalece su espíritu reflexivo orientado al logro del trabajo en equipo, solución de conflictos, respeto, solidaridad etc. Fortaleciendo los valores y habilidades fundamentales para su formación académica y profesional.

9. CONCLUSIONES: La generación de leads a través del marketing de contenidos es una habilidad fundamental en el entorno digital actual. Dominar estas técnicas les permitirá a ustedes conectar con su público objetivo de manera efectiva, construir relaciones sólidas y alcanzar los objetivos de negocio de cualquier organización. Han adquirido las herramientas y el conocimiento para crear valor a través del contenido y convertir ese valor en oportunidades de crecimiento.

10. RECOMENDACIONES:

Les recomiendo que continúen explorando y practicando las técnicas de marketing de contenidos. El mundo digital está en constante evolución, por lo que es crucial mantenerse actualizados sobre las últimas tendencias y herramientas. Experimenten con diferentes formatos de contenido, analicen los resultados de sus campañas y no tengan miedo de innovar. La práctica constante y la adaptación al cambio son clave para el éxito en este campo.

