GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING	**ASIGNATURA:** COMPUTACIÓN IV
UNIDAD 1: Herramientas Ofimáticas Para La gestión en Marketing	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Estrategias audiovisuales para marketing digital	
OBJETIVO: Desarrollar competencias en el uso de herramientas ofimáticas (Excel, Word, PowerPoint, Google Workspace) para optimizar la gestión de información empresarial, mejorar la productividad y facilitar la toma de decisiones basada en datos.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 9 HORAS	

1. **FUNDAMENTOS:**
   La aplicación de los conocimientos básicos sobre resolución de problemas y evaluación de herramientas digitales permite a los estudiantes desarrollar habilidades clave para tomar decisiones oportunas en el uso de estrategias de marketing digital. Esto los capacita para ser un punto de apoyo inicial en la implementación de campañas digitales, identificando cuándo aplicar métodos como el inbound marketing, evaluando su efectividad y brindando soluciones iniciales adecuadas. Estas competencias son esenciales para garantizar la continuidad de las estrategias digitales, especialmente en la creación de contenido relevante y la comunicación efectiva, asegurando claridad, precisión y éxito en los objetivos de marketing.

2. **OBJETIVOS A ALCANZAR:**

- Creación de campañas digitales: Desarrollar campañas utilizando estrategias de inbound marketing y email marketing.
- Optimización de contenido: Adaptar el contenido para diversas plataformas digitales, como redes sociales y blogs.
- Análisis de resultados: Evaluar el impacto de las campañas a través de herramientas de análisis de datos.
- Trabajo colaborativo: Desarrollar proyectos en grupo para simular entornos de marketing digital reales.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento: Los estudiantes deben desarrollar habilidades críticas para analizar datos y tomar decisiones estratégicas en marketing digital. Esto implica la capacidad para identificar oportunidades, evaluar diferentes tácticas de marketing (como inbound y outbound) y ajustar las campañas en tiempo real. Además, se fomenta la creatividad para diseñar contenidos atractivos y la toma de decisiones basada en análisis de resultados, asegurando que las estrategias sean efectivas y orientadas a objetivos.

Destrezas sensoriales: En marketing digital, las destrezas sensoriales incluyen la capacidad de interpretar señales visuales y auditivas a través de diversas plataformas, como las redes sociales o videos promocionales. Los estudiantes deben estar atentos a los detalles en la creación de contenidos visuales, asegurándose de que sean atractivos y apropiados para la audiencia.

Destrezas motoras: Las destrezas motoras en el marketing digital se relacionan con la capacidad para manejar herramientas tecnológicas, como la creación y gestión de contenido en plataformas digitales. Los estudiantes deben ser capaces de navegar en software de análisis, plataformas de gestión de campañas (como Google Ads, Hootsuite) y sistemas de automatización de marketing.

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

- **Cuestionarios de evaluación teórica:** Para verificar la comprensión de los conceptos impartidos en clase que permiten un mejor aprendizaje autodidáctico del estudiante.

- **Ejercicios Prácticos:** Trabajar en el área práctica de sobre la edición de correos electrónicos para beneficio del estudiante con la clase impartida para un mejor tratamiento de datos en el entorno tanto personal como laboral.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

El docente organizará un taller para abordar los nuevos temas. El estudiante adquirirá los fundamentos teóricos mediante la investigación y el análisis de diversas fuentes bibliográficas, complementando su aprendizaje con la elaboración de un organizador gráfico que resuma los contenidos. Este material será enriquecido con la retroalimentación del docente y las discusiones realizadas en el aula.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:
Explicación sobre Aplicaciones del Marketing Digital

Introducción teórica:

- Comenzar con una explicación de los conceptos fundamentales del marketing digital, incluyendo las estrategias como inbound marketing, outbound marketing, y la

importancia de las 4C del marketing digital. Se discutirá también el rol de las TICs y cómo han transformado el marketing en la era digital.

Demostración práctica:

- Mostrar el uso de herramientas y plataformas de marketing digital, como Google Ads, Hootsuite, y plataformas de email marketing. Esto incluirá una explicación paso a paso de cómo configurar campañas, segmentar audiencias y medir el rendimiento.

Taller de creación de contenido:

Los estudiantes deberán desarrollar contenido digital, como publicaciones en redes sociales o correos electrónicos para campañas de marketing. Se les enseñará a optimizar este contenido para atraer y retener audiencias, adaptando el mensaje a diferentes plataformas.

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:

En la asignatura Computación IV, los estudiantes fortalecen su capacidad de trabajo en equipo, resolución de problemas y colaboración en proyectos tecnológicos. Se promueven valores como el respeto, la solidaridad y la ética en el uso de herramientas y plataformas tecnológicas fundamentales para su éxito académico y profesional en el ámbito de Marketing

9. CONCLUSIONES:

El marketing digital es esencial para las empresas modernas, ya que permite llegar a audiencias globales y segmentadas a través de diversas plataformas. Las herramientas y estrategias como inbound, outbound y Mobile marketing son fundamentales para diseñar campañas efectivas. La integración de contenido atractivo y el análisis de métricas son clave para garantizar el éxito de las estrategias digitales. Con las habilidades adquiridas en esta clase, los estudiantes estarán mejor preparados para enfrentar los desafíos del marketing en el entorno digital actual.

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda a los estudiantes practicar continuamente con las herramientas digitales para dominar su uso y estar al tanto de las tendencias emergentes en el marketing digital. Además, deben centrarse en la creación de contenido relevante y atractivo que conecte con la audiencia. Es importante también medir y analizar los resultados de cada campaña para

realizar ajustes y mejorar la efectividad. Finalmente, se sugiere mantener una actitud proactiva y seguir aprendiendo sobre nuevas tecnologías y plataformas que surgen constantemente.

TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN
CONDICIÓN UNIVERSITARIO
CÓDIGO SENESCYT 2258

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: TECNOLOGÍA SUPERIOR EN MARKETING	**ASIGNATURA:** COMPUTACIÓN IV
UNIDAD 2: Análisis De Datos Con Excel	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Análisis de interacciones en las publicaciones de redes sociales	
OBJETIVO: Aplicar técnicas avanzadas de análisis de datos en Excel para interpretar información empresarial, identificar tendencias y generar reportes que apoyen la toma de decisiones estratégicas.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 9 HORAS	

1. **FUNDAMENTOS:**
   La aplicación de los conocimientos básicos sobre resolución de problemas y evaluación de herramientas digitales permite a los estudiantes desarrollar habilidades clave para tomar decisiones oportunas en el uso de estrategias de marketing digital. Esto los capacita para ser un punto de apoyo inicial en la implementación de campañas digitales, identificando cuándo aplicar métodos como el inbound marketing, evaluando su efectividad y brindando soluciones iniciales adecuadas. Estas competencias son esenciales para garantizar la continuidad de las estrategias digitales, especialmente en la creación de contenido relevante y la comunicación efectiva, asegurando claridad, precisión y éxito en los objetivos de marketing.
2. **OBJETIVOS A ALCANZAR:**

- Creación de campañas digitales: Desarrollar campañas utilizando estrategias de inbound marketing y email marketing.
- Optimización de contenido: Adaptar el contenido para diversas plataformas digitales, como redes sociales y blogs.
- Análisis de resultados: Evaluar el impacto de las campañas a través de herramientas de análisis de datos.
- Trabajo colaborativo: Desarrollar proyectos en grupo para simular entornos de marketing digital reales.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento: Los estudiantes deben desarrollar habilidades críticas para analizar datos y tomar decisiones estratégicas en marketing digital. Esto implica la capacidad para identificar oportunidades, evaluar diferentes tácticas de marketing (como inbound y outbound) y ajustar las campañas en tiempo real. Además, se fomenta la creatividad para diseñar contenidos atractivos y la toma de decisiones basada en análisis de resultados, asegurando que las estrategias sean efectivas y orientadas a objetivos.

Destrezas sensoriales: visuales y auditivas a través de diversas plataformas, como las redes sociales o videos promocionales. Los estudiantes deben estar atentos a los detalles en la creación de contenidos visuales, asegurándose de que sean atractivos y apropiados para la audiencia. La comprensión de cómo las imágenes, los colores y los sonidos afectan la percepción del mensaje es clave para desarrollar estrategias de comunicación digital efectivas.

Destrezas motoras: Las destrezas motoras en el marketing digital se relacionan con la capacidad para manejar herramientas tecnológicas, como la creación y gestión de contenido en plataformas digitales. Los estudiantes deben ser capaces de navegar en software de análisis, plataformas de gestión de campañas (como Google Ads, Hootsuite) y sistemas de automatización de marketing. La destreza en la operación de estos programas es fundamental para ejecutar tareas como la programación de publicaciones, el análisis de métricas y la creación de contenido interactivo.

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

- **Cuestionarios de evaluación teórica:** Para verificar la comprensión de los conceptos impartidos en clase que permiten un mejor aprendizaje autodidáctico del estudiante.
- **Ejercicios Prácticos:** Trabajar en el área practica de Google Workspace para beneficio del estudiante con la clase impartida para un mejor tratamiento de datos en el entorno tanto personal como laboral.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

El docente organizará un taller para abordar los nuevos temas. El estudiante adquirirá los fundamentos teóricos mediante la investigación y el análisis de diversas fuentes bibliográficas, complementando su aprendizaje con la elaboración de un organizador gráfico que resuma los contenidos. Este material será enriquecido con la retroalimentación del docente y las discusiones realizadas en el aula.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

Explicación sobre Tratamiento de los datos

Explicación sobre Herramientas del Marketing Digital

Introducción teórica:

- Comenzar con una explicación de los conceptos fundamentales del marketing digital, incluyendo las estrategias como inbound marketing, outbound marketing, y la importancia de las 4C del marketing digital. Se discutirá también el rol de las TICs y cómo han transformado el marketing en la era digital.

Demostración práctica:

- Mostrar el uso de herramientas y plataformas de marketing digital, como Google Ads, Hootsuite, y plataformas de email marketing. Esto incluirá una explicación paso a paso de cómo configurar campañas, segmentar audiencias y medir el rendimiento.

Taller de creación de contenido:

Los estudiantes deberán desarrollar contenido digital, como publicaciones en redes sociales o correos electrónicos para campañas de marketing. Se les enseñará a optimizar este contenido para atraer y retener audiencias, adaptando el mensaje a diferentes plataformas.

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:

En la asignatura Computación IV, los estudiantes fortalecen su capacidad de trabajo en equipo, resolución de problemas y colaboración en proyectos tecnológicos. Se promueven valores como el respeto, la solidaridad y la ética en el uso de herramientas y plataformas tecnológicas fundamentales para su éxito académico y profesional en el ámbito de Marketing

9. CONCLUSIONES:

El conocimiento y uso adecuado de las herramientas de seguridad informática son fundamentales para proteger las redes y los sistemas ante amenazas y ataques. La aplicación de sistemas de detección de intrusos y la correcta evaluación de riesgos permiten mitigar vulnerabilidades y mantener la seguridad de la información. Las simulaciones prácticas ofrecen una experiencia valiosa para responder

eficazmente a incidentes de seguridad en entornos controlados.

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda a los estudiantes practicar regularmente con herramientas de seguridad y mantenerse actualizados sobre las últimas amenazas y soluciones de ciberseguridad. Además, es crucial reforzar la comprensión sobre la importancia de las comunicaciones seguras y aplicar el cifrado en todas las interacciones digitales. También es beneficioso realizar simulaciones periódicas de ataques para mejorar la respuesta ante incidentes reales.