GUÍA DE PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
Carrera: Marketing Digital y Redes Sociales	**ASIGNATURA:** Análisis de métricas digitales I
UNIDAD 1: Indicadores clave de desempeño (KPIs) en marketing digital	
TÍTULO DE LA PRÁCTICA: Diagnóstico de campaña y matriz básica de KPIs	
OBJETIVOS: Identificar, clasificar y seleccionar KPIs básicos alineados al objetivo de una campaña digital, con criterios éticos y de calidad del dato.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 30 horas	

1. FUNDAMENTOS:

Los indicadores clave de desempeño permiten traducir el objetivo de una campaña digital en cifras que se pueden observar, comparar y comunicar. Una métrica describe un recuento; un KPI es el indicador elegido para decidir si la campaña avanza hacia su meta.

Antes de abrir una plataforma de analítica, el estudiante debe distinguir objetivo, KPI, fórmula, fuente, periodicidad y límite ético del dato. Esta práctica construye el diagnóstico de una campaña real o simulada y una matriz de KPIs que orientará la recolección y el análisis de las unidades siguientes.

2. OBJETIVOS A ALCANZAR:

- Analizar una campaña de marketing digital o redes sociales mediante su objetivo, público, canales y tipo de contenido o pauta.
- Diferenciar métrica, dimensión, objetivo, KPI y meta.
- Clasificar indicadores de alcance, interacciones y conversiones según la etapa del embudo.
- Elaborar una matriz de KPIs con fórmula, fuente, periodicidad y responsable de lectura.
- Aplicar criterios éticos de privacidad, consentimiento y representación responsable de públicos.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento: [x]

El estudiante fortalece el pensamiento analítico, la clasificación y la síntesis. Identifica el objetivo de la campaña, selecciona indicadores pertinentes, descarta métricas de vanidad y justifica por qué un número es o no decisivo.

Destrezas sensoriales: [x]

El estudiante desarrolla observación crítica de reportes, capturas de redes y tableros públicos. Reconoce cómo se presentan cifras, gráficos y semáforos, y detecta inconsistencias visuales o lecturas engañosas.

Destrezas motoras: [x]

El estudiante organiza matrices, fichas y evidencias en hoja de cálculo o documento digital, nombra archivos con criterio profesional y diagramar un dossier de diagnóstico.

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

La evaluación se realizará mediante un dossier de diagnóstico de KPIs, individual o grupal según las indicaciones docentes. El producto final debe contener:

- Ficha de la campaña: marca o cuenta, periodo, objetivo y canales.
- Preguntas de análisis que la medición debe responder.
- Matriz de objetivos, KPIs, fórmulas, fuente y periodicidad.
- Clasificación de indicadores por etapa del embudo.
- Identificación de métricas de vanidad y de decisión.
- Nota ética sobre privacidad y uso de datos.
- Fuentes de consulta en Digitalia Hispánica y reflexión final.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Antes de desarrollar la práctica, el estudiante deberá:

- Seleccionar una campaña real o simulada de redes, pauta o contenidos, preferiblemente de su contexto local.
- Revisar los conceptos de métrica, KPI, alcance, interacción, conversión y embudo.
- Consultar los textos de la bibliografía del PEA disponibles en Digitalia Hispánica.
- Recopilar capturas o reportes públicos de la cuenta o campaña, sin acceder a datos personales de terceros.
- Contar con computador, conexión a internet, Google Workspace u hoja de cálculo y una herramienta de presentación.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

1. Seleccionar el caso de estudio y definir el alcance de la práctica.
2. Describir la campaña: objetivo de negocio o comunicación, público, canales y periodo.
3. Formular entre tres y cinco preguntas que la medición debe responder.
4. Listar métricas disponibles y clasificarlas en alcance, interacciones y conversiones.
5. Seleccionar entre cuatro y seis KPIs alineados al objetivo.
6. Completar la matriz: KPI, definición, fórmula, fuente, periodicidad y umbral o meta tentativa.
7. Señalar métricas de vanidad y justificar por qué no serán el eje del reporte.
8. Redactar una nota ética sobre privacidad, consentimiento y límites del dato.
9. Diagramar el dossier, citar Digitalia Hispánica, presentar, corregir y entregar.

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. -

Los estudiantes de Marketing Digital y Redes Sociales desarrollan comunicación asertiva, honestidad con las cifras, trabajo en equipo y gestión de retroalimentación. Estas competencias les permiten traducir datos a un lenguaje comprensible para equipos de contenidos, pauta o clientes, y adaptarse a encargos profesionales de medición.

9. CONCLUSIONES:

El diagnóstico de KPIs evidencia que no toda cifra disponible es un indicador de decisión. Seleccionar pocos indicadores alineados al objetivo, con fuente y fórmula claras, es la base para recolectar datos útiles y evitar lecturas superficiales de una campaña.

10. RECOMENDACIONES:

No abrir herramientas de analítica sin una matriz de KPIs definida. Registrar todas las fuentes, no forzar metas sin contexto y utilizar la retroalimentación docente antes de pasar a la Unidad 2.

GUÍA DE PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
Carrera: Marketing Digital y Redes Sociales	**ASIGNATURA:** Análisis de Métricas Digitales I
UNIDAD 2: Recolección de datos y análisis básico de campañas	
TÍTULO DE LA PRÁCTICA: Recolección, limpieza y análisis básico de alcance, interacciones y conversiones	
OBJETIVOS: Emplear herramientas prácticas de recopilación y aplicar técnicas básicas para interpretar alcance, interacciones y conversiones.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 34 horas	

1. FUNDAMENTOS:

La calidad del análisis depende de la calidad del dato. Recolectar implica identificar la fuente, el periodo, los filtros y la definición de cada campo. Limpiar implica detectar duplicados, vacíos, cambios de zona horaria y etiquetas incompletas.

Esta práctica transforma la matriz de KPIs de la Unidad 1 en un dataset verificable. El estudiante calcula tasas, compara periodos o piezas y formula hallazgos preliminares sobre alcance, interacciones y conversiones, sin afirmar causalidad cuando solo existe correlación.

2. OBJETIVOS A ALCANZAR:

- Emplear herramientas prácticas para exportar o registrar métricas de redes, pauta o analítica web.
- Construir un dataset limpio con diccionario de campos y evidencia de la fuente.
- Calcular CTR, tasa de interacción, tasa de conversión y variaciones porcentuales.
- Comparar dos piezas, dos audiencias o dos periodos.
- Detectar caídas, picos o anomalías en un embudo simple.
- Documentar limitaciones del dato y hallazgos preliminares.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento: [x]

El estudiante aplica pensamiento analítico y crítico al limpiar datos, calcular tasas, comparar periodos y distinguir una variación relevante de un ruido o un error de medición.

Destrezas sensoriales: [x]

El estudiante observa tablas, gráficos de tendencia y capturas de plataformas. Reconoce inconsistencias visuales, escalas engañosas y diferencias entre el dato de la interfaz y el dato exportado.

Destrezas motoras: [x]

El estudiante utiliza hojas de cálculo para organizar columnas, aplicar filtros, escribir fórmulas, elaborar gráficos simples y archivar capturas con nomenclatura profesional.

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

La evaluación se realizará mediante un expediente de recolección y análisis básico. La evidencia final incluirá:

- Bitácora de acceso a herramientas y periodo analizado.
- Dataset en hoja de cálculo y diccionario de campos.
- Capturas o exportaciones que acrediten la fuente.
- Cálculos de CTR, tasa de interacción y tasa de conversión.
- Comparación de dos piezas, audiencias o periodos.
- Lectura de embudo simple o de anomalías.
- Hallazgos preliminares y limitaciones del dato.
- Fuentes de Digitalia Hispánica utilizadas.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Antes de desarrollar la práctica, el estudiante deberá:

- Tener aprobada o corregida la matriz de KPIs de la Unidad 1.
- Revisar tutoriales básicos de la herramienta asignada (Meta Business Suite, Ads, Google Analytics, Search Console u hoja de cálculo).
- Consultar en Digitalia Hispánica los textos del PEA sobre marketing digital y medición.
- Preparar una estructura de carpetas: fuentes, dataset, capturas y notas.
- Contar con computador, internet, hoja de cálculo y, si es posible, cuenta de práctica o datos demo institucionales.

.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

1. Revisar la matriz de KPIs de la Unidad 1 y definir el periodo de recolección.
2. Identificar la herramienta y los permisos disponibles; registrar la bitácora de acceso.
3. Exportar o transcribir las métricas de alcance, interacciones y conversiones.
4. Construir el dataset: fechas, canal, pieza, métricas y columnas calculadas.
5. Elaborar el diccionario de campos: nombre, definición, fuente y unidad.
6. Limpiar el archivo: duplicados, vacíos, formatos de fecha y consistencia de nombres.
7. Calcular tasas y variaciones porcentuales.
8. Comparar dos piezas, dos audiencias o dos periodos.
9. Trazar un embudo simple o una línea de tendencia y señalar anomalías.
10. Redactar hallazgos preliminares con evidencia y declarar limitaciones.
11. Presentar el expediente, recibir retroalimentación, corregir y entregar.

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. -

Los estudiantes fortalecen rigor, paciencia con el dato, honestidad al declarar limitaciones y colaboración en la revisión de fórmulas. Aprenden a pedir ayuda, a documentar el proceso y a no alterar cifras para forzar un resultado favorable.

9. CONCLUSIONES:

Recolectar y limpiar datos permite pasar de la opinión a la evidencia operativa. El valor de esta práctica no está en acumular columnas, sino en obtener tasas comparables, fuentes verificables y hallazgos que un equipo de campaña pueda entender.

10. RECOMENDACIONES:

No mezclar periodos ni plataformas sin declararlo. Verificar cada fórmula antes de interpretar. Conservar capturas de la fuente original. Evitar conclusiones de causa efecto cuando solo se observa una variación. Usar este expediente como insumo del reporte de la Unidad 3.

GUÍA DE PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
Carrera: Marketing Digital y Redes Sociales	**ASIGNATURA:** Análisis de Métricas Digitales I
UNIDAD 3: Reportes operativos y monitoreo de desempeño	
TÍTULO DE LA PRÁCTICA: Elaboración de reporte operativo, tablero de seguimiento y bitácora de monitoreo	
OBJETIVOS: Elaborar reportes operativos y contribuir al seguimiento periódico de indicadores básicos de campañas digitales.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 34 horas	

1. FUNDAMENTOS:

Un reporte operativo no es un recorte de pantallas: es un documento que responde qué ocurrió, qué significa, qué no se puede afirmar y qué conviene observar en el siguiente periodo. El tablero concentra los KPIs; la bitácora registra cambios, alertas y acciones de soporte.

Esta práctica cierra el proyecto integrador de la asignatura. El estudiante convierte el diagnóstico y el dataset previos en un informe comprensible para un equipo de contenidos, pauta o un cliente, y ensaya una rutina breve de monitoreo.

2. OBJETIVOS A ALCANZAR:

- Diseñar una plantilla de reporte operativo con contexto, periodo, KPIs, hallazgos, limitaciones y siguientes acciones.
- Construir un tablero simple con semáforo de seguimiento.
- Redactar hallazgos con lenguaje profesional, sin sobreinterpretar el dato.
- Elaborar una bitácora de monitoreo con cadencia y alertas.
- Presentar y defender el informe ante el docente y los pares.
- Organizar el portafolio final de evidencias de la asignatura.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento: [x]

El estudiante sintetiza, prioriza y argumenta. Distingue un hallazgo de una opinión, selecciona lo que debe comunicarse a un no especialista y propone acciones de seguimiento proporcionales a la evidencia.

Destrezas sensoriales: [x]

El estudiante evalúa la claridad visual del tablero y del informe: jerarquía, contraste, semáforos, títulos y lecturas rápidas. Detecta gráficos saturados o cifras sin contexto.

Destrezas motoras: [x]

El estudiante diagramar reportes, tableros y presentaciones con herramientas digitales, exporta PDF, organiza el portafolio y nombra versiones de entrega.

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

La evaluación se realizará mediante el proyecto integrador de monitoreo operativo. La evidencia final incluirá:

- Reporte operativo de la campaña (contexto, periodo, KPIs, hallazgos, limitaciones y acciones).
- Tablero simple con semáforo de indicadores.
- Bitácora de monitoreo con al menos dos registros de seguimiento.
- Presentación oral de hallazgos.
- Portafolio digital que integre la matriz de la Unidad 1, el dataset de la Unidad 2 y el informe final.
- Autoevaluación y fuentes de Digitalia Hispánica.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Antes de desarrollar la práctica, el estudiante deberá:

- Tener corregidos el dossier de KPIs y el expediente de recolección.
- Revisar modelos de reportes operativos y buenas prácticas de narrativa de datos.
- Consultar en Digitalia Hispánica la bibliografía del PEA, especialmente textos de marketing digital y redes.
- Preparar una plantilla de informe y una estructura de tablero.
- Contar con computador, internet, hoja de cálculo y Looker Studio, Canva u otra herramienta de visualización.

.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

1. Recuperar la matriz de KPIs y el dataset limpio de las unidades anteriores.
2. Definir el destinatario del reporte: docente, equipo interno o cliente simulado.
3. Diseñar la plantilla: portada, contexto, periodo, KPIs, hallazgos, limitaciones y siguientes acciones.
4. Construir el tablero con los indicadores prioritarios y un semáforo (esperado, en observación, crítico).
5. Redactar entre tres y cinco hallazgos con cifra, comparación y lectura prudente.
6. Declarar limitaciones: muestra, atribución, periodo, permisos o calidad del dato.
7. Proponer acciones de monitoreo, no necesariamente de inversión o rediseño mayor.
8. Completar la bitácora con cadencia, alerta y responsable.
9. Ensayar la presentación, aplicar coevaluación y ajustar el informe.
10. Organizar el portafolio final, citar Digitalia Hispánica y entregar la versión corregida.

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. -

Los estudiantes desarrollan comunicación profesional, escucha de la retroalimentación, responsabilidad al declarar incertidumbre y trabajo colaborativo en la simulación de reunión de monitoreo. Estas habilidades son esenciales para brindar soporte en equipos de marketing digital y redes sociales.

9. CONCLUSIONES:

El reporte operativo convierte la medición en un insumo de trabajo. Un buen informe no exhibe todas las cifras disponibles: selecciona KPIs, explica el periodo, admite límites y propone un seguimiento que el equipo pueda sostener.

10. RECOMENDACIONES:

Mantener coherencia con los KPIs de la Unidad 1 y con el dataset de la Unidad 2. Evitar recomendaciones genéricas o ajenas a la evidencia. Probar que el tablero se entienda en una lectura de un minuto. Conservar versiones y fuentes para auditorías académicas o profesionales.