GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Marketing Digital y Redes Sociales	**ASIGNATURA:** Herramientas en Marketing Digital
UNIDAD 1: Herramientas digitales para la gestión de marketing	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Exploración y configuración básica de herramientas digitales para campañas de marketing	
OBJETIVO: Desarrollar en el estudiante habilidades básicas en el uso de herramientas digitales de marketing, comprendiendo su funcionamiento y aplicabilidad en la creación y gestión inicial de campañas publicitarias.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 31 Horas	

1. **FUNDAMENTOS:** Las herramientas digitales de marketing permiten gestionar campañas publicitarias, diseñar contenidos y organizar procesos de comunicación digital en diferentes plataformas. En el entorno actual del marketing digital, herramientas como Google Ads, Canva y HubSpot facilitan la creación de campañas, el diseño de contenido visual y la administración de estrategias digitales.

   En esta actividad práctica, los estudiantes explorarán el funcionamiento básico de estas herramientas, configurarán opciones iniciales y desarrollarán una campaña digital simulada, permitiendo comprender la aplicación operativa de las plataformas digitales en el ámbito del marketing.

2. **OBJETIVOS A ALCANZAR:**

   - Reconocer las principales herramientas digitales de marketing.
   - Acceder a plataformas digitales para la gestión de campañas.
   - Configurar opciones básicas en herramientas digitales de marketing.
   - Identificar funciones principales de Google Ads, Canva y HubSpot.
   - Comprender la aplicación práctica de estas herramientas en campañas digitales.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento:

Comprensión del funcionamiento de herramientas digitales de marketing y su aplicación en campañas publicitarias digitales.

Destrezas sensoriales:

Observación y reconocimiento de interfaces digitales y funciones operativas de plataformas de marketing.

Destrezas motoras:

Uso de plataformas digitales para configuración básica de herramientas, creación de contenido y estructuración inicial de campañas.

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

Se evaluará:

- Acceso correcto a las plataformas digitales.
- Configuración básica de herramientas de marketing.
- Identificación de funciones principales de cada plataforma.
- Participación en la exploración práctica de herramientas digitales.
- Organización básica de una campaña digital simulada.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

El estudiante deberá:

- Revisar los contenidos teóricos sobre herramientas digitales de marketing y gestión de campañas.
- Revisar el libro: Shum, Yi Min (2020). Marketing digital, Herramientas, Técnicas y Estrategias (2ª Edición). Rama Editorial. ISBN: 9788499649153.
- Investigar conceptos básicos sobre Google Ads, Canva y HubSpot.
- Contar con acceso a internet y dispositivos tecnológicos para el desarrollo de la práctica.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

Los estudiantes accederán a plataformas digitales de marketing como Google Ads, Canva y HubSpot desde sus navegadores.

Realizarán la configuración básica de cuentas y explorarán las principales funciones de cada herramienta relacionadas con:

- creación de campañas digitales
- diseño de contenido visual
- gestión de contactos

- paneles de administración
- herramientas básicas de análisis

El docente desarrollará una exploración guiada de las plataformas, explicando el funcionamiento de las principales herramientas y su aplicación en campañas de marketing digital.

Posteriormente, los estudiantes desarrollarán una campaña digital simulada aplicando configuraciones básicas y organizando elementos iniciales de una estrategia digital.

Finalmente, identificarán las funciones principales de cada plataforma y analizarán su utilidad en el entorno del marketing digital.

-

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- **Ambiente seguro:**

  Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El aula o en casa (modalidad en línea) debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- **Supervisión:**

  El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- **Protocolos de interacción:**

  Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- **Materiales y recursos:**

  El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- **Salud y bienestar:**

  Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán

los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable
8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS. La actividad fomenta la responsabilidad, la creatividad, el trabajo colaborativo y el uso ético de herramientas digitales, fortaleciendo habilidades de organización, comunicación y adaptación en entornos de marketing digital.
9. CONCLUSIONES: La práctica permite que los estudiantes comprendan el funcionamiento básico de herramientas digitales de marketing y su importancia en la creación y gestión inicial de campañas publicitarias digitales.
10. RECOMENDACIONES: Se recomienda que los estudiantes continúen explorando las diferentes funciones de las plataformas digitales utilizadas, fortaleciendo sus competencias tecnológicas y su aplicación en contextos reales de marketing digital.

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Marketing Digital y Redes Sociales	**ASIGNATURA:** Herramientas en Marketing Digital
UNIDAD 2: **Gestión, monitoreo y análisis de campañas digitales**	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Análisis y monitoreo básico de campañas digitales mediante herramientas de métricas	
OBJETIVO: Aplicar herramientas digitales para la gestión, monitoreo y análisis de campañas publicitarias, interpretando métricas básicas para la toma de decisiones operativas.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 31 Horas	

3. **FUNDAMENTOS:** El monitoreo y análisis de campañas digitales permite evaluar el desempeño de estrategias publicitarias mediante métricas e indicadores de interacción. Herramientas digitales como Google Ads, Meta Business Suite y plataformas de análisis facilitan la recopilación de información relacionada con alcance, clics, conversiones e interacción de usuarios.

   En esta práctica, los estudiantes analizarán campañas digitales simuladas, explorarán herramientas de métricas y elaborarán reportes básicos que les permitan comprender el funcionamiento del análisis de desempeño en marketing digital.

4. **OBJETIVOS A ALCANZAR:**
   - Reconocer métricas básicas utilizadas en campañas digitales.
   - Utilizar herramientas de análisis y monitoreo de campañas.
   - Interpretar datos básicos de desempeño digital.
   - Elaborar reportes simples de resultados.
   - Identificar oportunidades de optimización en campañas digitales.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento:

Análisis e interpretación de métricas digitales para la evaluación básica de campañas publicitarias.

Destrezas sensoriales:
Observación y reconocimiento de indicadores de desempeño en plataformas digitales

de análisis.

Destrezas motoras:
Uso de herramientas digitales para monitoreo, análisis y elaboración de reportes básicos de campañas digitales.

6. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

Se evaluará:

- Acceso correcto a plataformas de análisis digital.
- Identificación de métricas básicas de campañas.
- Interpretación adecuada de datos obtenidos.
- Elaboración de reportes básicos de desempeño.
- Participación en actividades prácticas de análisis digital.

7. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

El estudiante deberá:

- Revisar los contenidos teóricos relacionados con métricas y análisis de campañas digitales.
- Revisar el libro: **Shum, Yi Min (2020). Marketing digital, Herramientas, Técnicas y Estrategias (2ª Edición). Rama Editorial. ISBN: 9788499649153.**
- Investigar conceptos básicos sobre métricas digitales, KPIs y monitoreo de campañas.
- Contar con acceso a internet y herramientas digitales para el desarrollo de la práctica.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

Los estudiantes accederán a plataformas digitales de análisis y monitoreo de campañas publicitarias como Google Ads, Meta Business Suite o herramientas similares disponibles.

Inicialmente, el docente realizará una explicación guiada sobre las principales métricas utilizadas en marketing digital, incluyendo:

- alcance
- impresiones
- clics
- interacciones
- conversiones
- porcentaje de interacción
- rendimiento de publicaciones

Posteriormente, los estudiantes ingresarán a una campaña digital simulada o caso práctico proporcionado por el docente, donde deberán identificar los indicadores básicos de desempeño

presentes en la plataforma.

Los estudiantes explorarán los paneles de estadísticas y reportes, reconociendo funciones relacionadas con:

- visualización de métricas
- segmentación básica de resultados
- comparación de rendimiento
- análisis de interacción de usuarios
- reportes de campañas

A continuación, desarrollarán un análisis básico de los resultados obtenidos, registrando información relevante sobre el desempeño de la campaña digital.

Con base en los datos observados, elaborarán un reporte sencillo en el que describirán:

- métricas principales obtenidas
- nivel de interacción alcanzado
- posibles fortalezas de la campaña
- oportunidades de mejora
- recomendaciones básicas de optimización

Finalmente, los estudiantes socializarán sus resultados y discutirán en clase las diferencias encontradas entre campañas y métricas analizadas.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- **Ambiente seguro:**

  Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El aula o en casa (modalidad en línea) debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- **Supervisión:**

  El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- **Protocolos de interacción:**

  Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan

generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- **Materiales y recursos:**

  El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- **Salud y bienestar:**

  Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS.

La actividad fortalece el pensamiento crítico, la responsabilidad, el análisis de información y el trabajo colaborativo, promoviendo el uso ético de herramientas digitales y la toma de decisiones basada en datos.

9. CONCLUSIONES:

La práctica permite que los estudiantes comprendan la importancia del monitoreo y análisis de campañas digitales mediante métricas básicas, fortaleciendo habilidades para la evaluación y optimización de estrategias digitales.

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda que los estudiantes continúen explorando herramientas de análisis digital y practiquen la interpretación de métricas para fortalecer sus competencias en evaluación de campañas publicitarias digitales.

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Marketing Digital y Redes Sociales	ASIGNATURA: Herramientas en Marketing Digital
UNIDAD 3: Automatización y gestión de datos en marketing digital	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Configuración básica de automatización y recopilación de datos en campañas digitales	
OBJETIVO: Desarrollar habilidades para aplicar técnicas de automatización y configuración de herramientas digitales orientadas a la recopilación y gestión de datos de usuarios en campañas de marketing digital.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 32 Horas	

5. FUNDAMENTOS:

La automatización en marketing digital permite optimizar procesos relacionados con la gestión de campañas, recopilación de datos y comunicación con usuarios. Herramientas digitales como HubSpot, formularios digitales y plataformas de automatización facilitan la organización de información, el seguimiento de clientes potenciales y la ejecución de procesos automatizados.

En esta práctica, los estudiantes explorarán herramientas básicas de automatización y configurarán procesos simples para la recopilación de datos y simulación de flujos automatizados en campañas digitales.

6. OBJETIVOS A ALCANZAR:

- Reconocer herramientas básicas de automatización en marketing digital.
- Configurar formularios y mecanismos básicos de recopilación de datos.
- Identificar funciones de plataformas de automatización.
- Simular flujos automatizados básicos en campañas digitales.
- Comprender la importancia de la automatización en procesos de marketing.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento:
Comprensión de procesos básicos de automatización y gestión de datos aplicados al marketing digital.

Destrezas sensoriales:
Observación y reconocimiento de interfaces digitales relacionadas con automatización y recopilación de datos.

Destrezas motoras:
Uso de herramientas digitales para configuración de formularios, automatización y organización de datos en campañas digitales.

8. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

Se evaluará:

- Acceso correcto a herramientas de automatización digital.
- Configuración básica de formularios y recopilación de datos.
- Identificación de funciones principales de automatización.
- Participación en la simulación de procesos automatizados.
- Organización y manejo básico de información recopilada.

9. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

El estudiante deberá:

- Revisar los contenidos teóricos relacionados con automatización y gestión de datos en marketing digital.
- Revisar el libro: Shum, Yi Min (2020). Marketing digital, Herramientas, Técnicas y Estrategias (2ª Edición). Rama Editorial. ISBN: 9788499649153.
- Consultar la bibliografía complementaria:
    - Sanagustín, Eva (2016). Vender más con marketing digital. Ecoe Ediciones. ISBN: 9789587713589.
    - Díaz Rosero, Yolanda (2018). Estrategias de marketing digital para las mipymes. Corporación Universitaria del Huila - CORHUILA. ISBN: 9789585980693.
- Investigar conceptos básicos sobre automatización de marketing, formularios digitales y recopilación de datos de usuarios.
- Revisar tutoriales o recursos digitales relacionados con HubSpot, formularios de Google o herramientas similares de automatización.
- Contar con acceso a internet, correo electrónico y dispositivos tecnológicos para el desarrollo de la práctica.
-

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

Los estudiantes accederán a herramientas digitales de automatización y recopilación de datos como HubSpot, formularios digitales o plataformas similares disponibles.

Inicialmente, el docente realizará una explicación guiada sobre los conceptos básicos de automatización en marketing digital y la importancia de la recopilación de datos en campañas

digitales.

Posteriormente, los estudiantes explorarán las funciones principales de las plataformas relacionadas con:

- creación de formularios digitales
- recopilación de datos de usuarios
- gestión de contactos
- automatización de respuestas
- organización de información
- flujos automatizados básicos

A continuación, desarrollarán la configuración de un formulario digital para recopilación de datos de usuarios, definiendo campos básicos como:

- nombre
- correo electrónico
- teléfono
- intereses de usuario

Luego, realizarán la simulación de un flujo automatizado sencillo, configurando acciones básicas relacionadas con:

- recepción automática de información
- organización de contactos
- mensajes automáticos
- seguimiento básico de usuarios

El docente supervisará el proceso de configuración y explicará las funciones operativas de cada herramienta utilizada.

Finalmente, los estudiantes analizarán la utilidad de la automatización en campañas digitales y socializarán los resultados obtenidos durante la práctica.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- Ambiente seguro:

  Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El aula o en casa (modalidad en línea) debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- Supervisión:

  El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- Protocolos de interacción:

  Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- Materiales y recursos:

  El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- Salud y bienestar:

  Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS.

La actividad fortalece la responsabilidad, la organización, el pensamiento crítico y el trabajo colaborativo, promoviendo el uso ético de herramientas digitales y la gestión adecuada de información de usuarios.

9. CONCLUSIONES:

La práctica permite que los estudiantes comprendan el funcionamiento básico de herramientas de automatización y recopilación de datos, fortaleciendo habilidades aplicadas a la gestión de campañas de marketing digital.

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda que los estudiantes continúen explorando herramientas digitales de automatización y gestión de datos, fortaleciendo sus competencias tecnológicas para su aplicación en entornos reales de marketing digital.