

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA

CARRERA: Tecnología Superior En Marketing	ASIGNATURA: Marketing Digital
--	--------------------------------------

UNIDAD 1: El Ecosistema Digital.

TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Ejercicios prácticos para precisar los fundamentos del marketing digital.

OBJETIVO: Identificar los diferentes modelos de negocio digital que existen.

TIEMPO DE DURACIÓN: 7

1. FUNDAMENTOS:

La clase práctica permite consolidar el aprendizaje teórico sobre marketing digital mediante actividades dinámicas. Los estudiantes aplicarán conceptos clave, explorarán la evolución de la web y comprenderán los modelos de negocios digitales, fortaleciendo su capacidad para analizar tendencias actuales y futuras en el entorno digital, esenciales para su desarrollo profesional en un mercado competitivo.

2. OBJETIVOS A ALCANZAR:

- Desarrollar actividades prácticas (cuestionario) para familiarizarse con los conceptos fundamentales sobre marketing digital, de acuerdo al contenido de la unidad.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento: Los estudiantes analizarán, compararán y sintetizarán conceptos fundamentales de marketing digital, identificando su evolución y aplicándolos en contextos reales de negocios digitales.

Destrezas sensoriales: Se fortalecerá la capacidad de identificar visualmente elementos clave en la estructura de sitios web y modelos de negocio digitales, promoviendo el análisis crítico.

Destrezas motoras: Los estudiantes desarrollarán fluidez en el uso de herramientas digitales para responder cuestionarios y explorar recursos interactivos sobre marketing digital

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

La evaluación del aprendizaje estará orientada a valorar la comprensión y aplicación de los conceptos fundamentales de marketing digital, considerando la evolución de la web, los tipos de sitios web y los modelos de negocios digitales.

Se evaluará la capacidad del estudiante para responder cuestionarios de manera precisa, la realización de ejercicios prácticos relacionados con los contenidos abordados, y la participación activa en casos de estudio, debates y presentaciones orales.

Además, se tomará en cuenta la calidad técnica y conceptual en los proyectos prácticos desarrollados, verificando la correcta utilización de términos, coherencia en las ideas, y habilidades analíticas aplicadas a entornos digitales.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

La preparación previa del estudiante incluirá la revisión detallada de los conceptos fundamentales de marketing digital, enfatizando su definición, evolución y tendencias actuales. Se espera que el estudiante analice las características y diferencias entre las etapas de evolución de la web (1.0, 2.0, 3.0 y 4.0) y explore los distintos tipos de sitios web y modelos de negocios digitales.

Además, deberá consultar el material bibliográfico y recursos asignados, con el propósito de adquirir una base teórica que facilite su participación en las actividades prácticas. Esta preparación garantizará un conocimiento inicial adecuado para enfrentar los cuestionarios y demás ejercicios de la clase.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

- **Revisión de conceptos básicos:**
 - Analizar el material teórico proporcionado sobre la definición, evolución y tendencias del marketing digital, así como las características de la web 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0.
- **Preparación para el cuestionario:**
 - Familiarizarse con los contenidos clave relacionados con los tipos de sitios web y modelos de negocios digitales, identificando sus diferencias y aplicaciones prácticas.
- **Participación en ejercicios prácticos:**
 - Resolver actividades dinámicas que requieran aplicar los conceptos revisados, como clasificar tipos de sitios web y relacionarlos con los modelos de negocio más adecuados.
- **Análisis de casos de estudio:**
 - Estudiar y reflexionar sobre ejemplos reales de estrategias digitales, evaluando cómo las tendencias y evolución de la web influyen en su implementación.
- **Preparación para debates y presentaciones:**
 - Organizar ideas y preparar argumentos sólidos para defender una postura o propuesta relacionada con el uso de herramientas digitales en los negocios.

- **Elaboración de un proyecto práctico:**

- Diseñar un esquema inicial de un modelo de negocio digital, integrando los conocimientos adquiridos y presentándolo de manera estructurada y lógica..

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. (Revisar PEA)

Durante el desarrollo de la asignatura de Marketing Digital, los estudiantes fortalecerán habilidades blandas clave como el trabajo en equipo, la solución de conflictos, el respeto y la solidaridad. Estas competencias son esenciales no sólo

para su formación académica, sino también para su futuro desempeño profesional en un entorno digital y colaborativo.

9. CONCLUSIONES:

Al finalizar la clase práctica, el estudiante comprenderá los conceptos fundamentales de marketing digital y su evolución, identificará las características de las diferentes etapas de la web y analizará los tipos de sitios web y modelos de negocios digitales. Asimismo, aplicará este conocimiento en contextos prácticos y fortalecerá su capacidad para interpretar tendencias y desarrollar propuestas estratégicas en el ámbito digital.

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda que el estudiante continúe explorando fuentes actualizadas sobre marketing digital para mantenerse al tanto de las tendencias y avances en el campo. Además, profundizará en el análisis de casos reales que ilustren la aplicación práctica de los conceptos estudiados, fortaleciendo su comprensión de los modelos de negocios digitales. Es importante que practique la identificación y evaluación de diferentes tipos de sitios web, considerando su diseño, funcionalidad y estrategia comercial, para consolidar las habilidades adquiridas. Finalmente, se sugiere participar activamente en debates y proyectos colaborativos que promuevan el intercambio de ideas y fomenten la creatividad en la implementación de soluciones digitales estratégicas.

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA

CARRERA: Tecnología Superior En Marketing	ASIGNATURA: Marketing Digital
--	--------------------------------------

UNIDAD 2: La empresa en Internet: el branding digital

TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Ejercicios prácticos para precisar los fundamentos del Dominio y hosting: el branding digital.

OBJETIVO: Identifica las herramientas para crear productos digitales y la optimización de los mismos. Interpreta estadísticas web.

TIEMPO DE DURACIÓN: 8

1. FUNDAMENTOS:

La clase práctica permite aplicar herramientas clave para la creación, optimización y análisis de entornos digitales. Los estudiantes comprenderán conceptos esenciales como branding digital, CMS, SEO, SEM y analítica web, desarrollando habilidades críticas para gestionar estrategias digitales efectivas.

2. OBJETIVOS A ALCANZAR:

- Desarrollar actividades prácticas (cuestionario) para familiarizarse con los conceptos de la unidad.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento: Los estudiantes analizarán y evaluarán estrategias digitales, comprendiendo la interacción entre branding, optimización web y comportamiento del usuario para tomar decisiones informadas en entornos digitales.

Destrezas sensoriales: Reconocerán visualmente herramientas digitales como CMS y métricas de analítica web, identificando elementos clave en la optimización de sitios y contenidos.

Destrezas motoras: Utilizarán herramientas digitales para crear y optimizar contenidos web, desarrollando fluidez en la interacción con plataformas y métricas analíticas.

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

La evaluación del aprendizaje estará orientada a valorar la comprensión y aplicación de los conceptos fundamentales abordados en la unidad, como branding digital, CMS, optimización web (SEO y SEM), analítica web y comportamiento del usuario digital.

Se evaluará la capacidad del estudiante para responder cuestionarios con precisión, desarrollar ejercicios prácticos y analizar casos de estudio relevantes.

Además, se considerará su participación en debates y presentaciones orales, demostrando claridad en la exposición y dominio conceptual. En proyectos prácticos, se verificará la capacidad de integrar herramientas y estrategias digitales de manera efectiva, evidenciando un análisis crítico, creatividad y habilidad para aplicar conocimientos en contextos reales.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Se recomienda al estudiante realizar una revisión exhaustiva de los conceptos relacionados con el branding digital, el dominio y hosting, asegurándose de comprender su importancia en la creación de una presencia en línea. Es fundamental que investigue sobre herramientas CMS y su rol en la creación de entornos digitales, así como los principios básicos de optimización web (SEO y SEM). Además, deberá explorar las definiciones y aplicaciones de la analítica web, familiarizándose con herramientas específicas y su uso en la evaluación del comportamiento del usuario digital.

Se sugiere consultar el material básico de la asignatura, disponible en la plataforma educativa, y complementar con fuentes confiables, preferentemente académicas, para consolidar su conocimiento. También se recomienda organizar las ideas mediante un esquema que relacione los conceptos estudiados, facilitando su aplicación en los cuestionarios y ejercicios prácticos. Por último, el estudiante deberá revisar casos de estudio similares y realizar una lectura crítica de recursos sobre tendencias digitales, asegurando una preparación adecuada para las actividades prácticas de la clase.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

- **Revisión de conceptos clave:**
 - Analizar los contenidos relacionados con branding digital, dominios y hosting, asegurándose de comprender su papel en la estrategia digital.
- **Exploración de herramientas CMS:**
 - Investigar y familiarizarse con las características y funcionalidades de sistemas de gestión de contenidos (CMS) para la creación de entornos digitales.
- **Optimización de contenidos:**
 - Estudiar los principios de SEO y SEM, identificando técnicas aplicables para mejorar el rendimiento de sitios web y el posicionamiento en motores de búsqueda.
- **Análisis de datos digitales:**
 - Examinar las herramientas de analítica web, comprendiendo su uso para evaluar el comportamiento de usuarios en línea y tomar decisiones estratégicas.
- **Participación en ejercicios prácticos:**
 - Aplicar los conocimientos adquiridos en actividades como cuestionarios y análisis de casos prácticos que incluyan ejemplos de branding y optimización web.

- **Preparación para debates:**
 - Organizar ideas y argumentos para participar en discusiones sobre la importancia de las herramientas digitales y el comportamiento del usuario en entornos web.
- **Diseño de un proyecto práctico:**
 - Elaborar una propuesta inicial de estrategia digital que integre los conceptos aprendidos, incluyendo branding, CMS, optimización y analítica.

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. (Revisar PEA)

Durante el desarrollo de la asignatura de Marketing Digital, los estudiantes fortalecerán habilidades blandas clave como el trabajo en equipo, la solución de conflictos, el respeto y la solidaridad. Estas competencias son esenciales no sólo para su formación académica, sino también para su futuro desempeño profesional en un entorno digital y colaborativo.

9. CONCLUSIONES:

Al finalizar la clase práctica, el estudiante comprenderá los fundamentos de branding digital, dominios y hosting, y su importancia en la gestión de estrategias digitales. Explorará el uso de herramientas CMS para la creación de entornos y contenidos digitales, aplicará técnicas de optimización web mediante SEO y SEM, y analizará el comportamiento del usuario digital a través de herramientas de analítica web. Asimismo, desarrollará habilidades críticas para integrar estos conocimientos en la práctica, fortaleciendo su capacidad para proponer estrategias digitales efectivas y adaptadas a las necesidades actuales del entorno tecnológico.

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda al estudiante profundizar en el estudio de herramientas y plataformas digitales actualizadas para mantenerse al día con las tendencias y avances en branding digital, CMS y analítica web. Es importante que practique de forma continua la implementación de técnicas SEO y SEM en proyectos reales o simulados para consolidar sus habilidades. Asimismo, se sugiere analizar datos de usuario con herramientas de analítica web en diferentes contextos, fomentando la interpretación crítica y la toma de decisiones estratégicas. Finalmente, el estudiante deberá explorar casos de éxito en estrategias digitales, reflexionando sobre su aplicabilidad y adaptándolos a escenarios específicos, para garantizar un aprendizaje integral y práctico.

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA

CARRERA: Tecnología Superior En Marketing **ASIGNATURA:** Marketing Digital

UNIDAD 3: Publicidad Digital

TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Ejercicios prácticos para un plan de marketing digital.

OBJETIVO: Crear publicidad en diversos formatos digitales para emprendimientos.

TIEMPO DE DURACIÓN: 8

1. FUNDAMENTOS:

La clase práctica fomenta el análisis crítico y la creatividad en estrategias digitales. Los estudiantes compararán marcas, evaluarán su identidad y posicionamiento, y diseñarán un plan de marketing digital, integrando herramientas y conceptos clave como publicidad, social media y gamificación. Esto fortalecerá sus habilidades para desarrollar propuestas innovadoras en entornos competitivos.

2. OBJETIVOS A ALCANZAR:

- Desarrollar actividades prácticas (Informe y presentación) para:
- Seleccionar 2 marcas: una muy reconocida y otra poco conocida en el mercado, pero ambas deben de ser del mismo sector. De cada marca analizar cómo manejaron su Identidad, Imagen, Posicionamiento y Personalidad de manera digital.
- Desarrollar un plan de marketing digital para una marca nueva, ficticia o real seleccionada por el estudiante.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento: Los estudiantes analizarán y compararán estrategias digitales de identidad, imagen, posicionamiento y personalidad, desarrollando habilidades críticas para diseñar planes de marketing efectivos.

Destrezas sensoriales: Identificarán elementos visuales y auditivos clave en campañas digitales, evaluando su impacto en la percepción y posicionamiento de marcas en el mercado.

Destrezas motoras: Utilizarán herramientas digitales para diseñar presentaciones e informes estructurados, además de crear planes de marketing visualmente atractivos y profesionalmente presentados.

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

La evaluación del aprendizaje estará orientada a valorar la capacidad del estudiante

para analizar y comparar estrategias digitales de identidad, imagen, posicionamiento y personalidad de dos marcas seleccionadas del mismo sector. Se evaluará la claridad y organización del informe, asegurándose de que cumpla con las indicaciones dadas, como una estructura adecuada (introducción, análisis comparativo, conclusiones y referencias) y el uso correcto de herramientas y conceptos clave del marketing digital.

En la presentación oral, se considerará la precisión técnica y conceptual en la exposición, así como la creatividad y viabilidad del plan de marketing digital diseñado. También se evaluará la capacidad del estudiante para integrar herramientas de publicidad, social media, marketing móvil y gamificación en su propuesta, demostrando un dominio integral de los contenidos y habilidades para comunicar ideas de manera efectiva y profesional.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Se recomienda al estudiante identificar dos marcas del mismo sector, una reconocida y otra poco conocida, asegurándose de que cumplan con los requisitos establecidos para el análisis. Es fundamental que realice una búsqueda exhaustiva de información en fuentes confiables, preferentemente académicas y empresariales, para obtener datos actualizados sobre cómo estas marcas gestionan su identidad, imagen, posicionamiento y personalidad digital.

Asimismo, se sugiere revisar el material básico de la asignatura disponible en la plataforma educativa, complementando con bibliografía recomendada sobre publicidad digital, social media marketing, reputación online, gamificación y diseño de planes de marketing digital. El estudiante deberá organizar sus ideas mediante un esquema preliminar, estructurando el informe en secciones claras y coherentes. Además, es importante practicar la redacción de párrafos precisos y la elaboración de presentaciones visualmente atractivas, y analizar casos de estudio similares para familiarizarse con enfoques y formatos profesionales. Esta preparación garantizará una base sólida para el desarrollo de las actividades prácticas..

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

- **Selección de marcas:**
 - Identificar dos marcas del mismo sector, una reconocida y otra poco conocida, asegurándose de que ambas tengan una presencia digital activa para su análisis.

- **Búsqueda y recopilación de información:**
 - Investigar en fuentes confiables, como sitios web oficiales, redes sociales, artículos académicos y bases de datos, información relevante sobre la identidad, imagen, posicionamiento y personalidad digital de las marcas seleccionadas.

- **Análisis comparativo:**
 - Evaluar y comparar las estrategias digitales utilizadas por ambas marcas, identificando fortalezas, áreas de oportunidad y diferencias significativas en su

enfoque.

- **Diseño del plan de marketing:**

- Conceptualizar un plan de marketing digital para una marca nueva, ficticia o real, integrando herramientas de publicidad digital, social media marketing, gamificación y analítica web.

- **Organización del contenido:**

- Estructurar el informe y la presentación en secciones claras: introducción, análisis comparativo de marcas, propuesta de plan de marketing digital, conclusiones y referencias.

- **Elaboración del informe:**

- Redactar un primer borrador del informe, asegurando la correcta aplicación de normas de citación, claridad en las ideas y profesionalismo en la redacción.

- **Preparación de la presentación:**

- Diseñar una presentación visualmente atractiva, resaltando los hallazgos del análisis comparativo y la propuesta de plan de marketing, asegurando claridad y creatividad en la exposición.

- **Revisión y ajustes:**

- Revisar el informe y la presentación para corregir posibles errores, mejorar la coherencia del contenido y garantizar el cumplimiento de los requisitos establecidos.

- **Entrega y exposición:**

- Entregar el informe final y realizar la presentación oral, destacando el análisis realizado y la creatividad en la propuesta del plan de 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. (Revisar PEA)

Durante el desarrollo de la asignatura de Marketing Digital, los estudiantes fortalecerán habilidades blandas clave como el trabajo en equipo, la solución de conflictos, el respeto y la solidaridad. Estas competencias son esenciales no sólo para su formación académica, sino también para su futuro desempeño profesional en un entorno digital y colaborativo.

9. CONCLUSIONES:

Al finalizar la clase práctica, el estudiante analizará cómo las marcas seleccionadas gestionan su identidad, imagen, posicionamiento y personalidad en el ámbito digital, identificando diferencias y estrategias clave. Comprenderá la relevancia de estas dimensiones en la construcción de una marca sólida y reconocida en el mercado. Además, diseñará un plan de marketing digital creativo y estratégico para una marca nueva, integrando herramientas innovadoras y conceptos clave como publicidad digital, social media, gamificación y marketing móvil. Esto fortalecerá su capacidad para desarrollar propuestas adaptadas a las demandas del entorno digital y aplicará habilidades críticas en la solución de problemas reales del marketing contemporáneo..

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda al estudiante profundizar en el análisis crítico de estrategias digitales exitosas, revisando casos prácticos y ejemplos de marcas destacadas en su sector. Asimismo, explorará nuevas herramientas digitales y formatos publicitarios para enriquecer sus propuestas de marketing. Es importante que experimente con la implementación de conceptos como gamificación y marketing móvil en proyectos futuros, buscando innovar en sus estrategias. También se sugiere realizar un

seguimiento constante de tendencias del mercado y cambios en el comportamiento del usuario digital para ajustar y optimizar sus planes de marketing. Finalmente, el estudiante deberá fomentar el aprendizaje colaborativo, participando en debates y proyectos grupales que amplíen su perspectiva y generen soluciones más integrales y creativas.