

# RÚBRICA

## GESTIÓN DE MERCADOTECNIA DIGITAL

**Competencia:** Serás capaz de seleccionar las estrategias más eficaces para una campaña de marketing digital.

**Instrucciones:** Cada unidad de competencia tiene un valor. Si el participante cumple con un criterio, deberá colocar la palabra “sí” en la columna “¿Cumple?” y escribir el mismo valor en la columna “Puntaje”. Por el contrario, si el participante no cumple con el criterio, deberá escribir la palabra “no” en la columna “¿Cumple?” y un puntaje de 0 en la columna de la derecha.

Unidades de competencia y criterios correspondientes		Valor	¿Cumple?	Puntaje
<b>1. Construye el <i>brief</i> de una marca e identifica todos sus elementos.</b>				
a.	Identifica nombre, logotipo, frase y filosofía de la marca.	5		
b.	Identifica la situación actual del mercado guiándose a través de las cinco preguntas mencionadas con una extensión de 200 palabras cada respuesta.	5		
c.	Identifica perfil del cliente de la marca a través de la guía de las nueve preguntas establecidas con una extensión de 200 palabras cada respuesta.	5		
d.	*Justifica el motivo por el cual considera que esta marca debe o no apostarle al marketing digital para el lanzamiento de la misma, además, se guía con las cinco preguntas establecidas y su respuesta tiene una extensión mínima de 500 palabras cada una.	5		
e.	Revisa los canales de comunicación y distribución actual que maneja la marca (venta) y qué promociones.	5		
f.	*Enlista 10 mejoras, su posible solución y el tiempo requerido para cada acción.	5		
<b>2. Examina el actual modelo de negocios de la marca.</b>				
g.	Identifica la propuesta de valor y modelo de ingresos.	5		
h.	Investiga la oportunidad de mercado, entorno y ventaja competitiva.	5		
i.	*Indaga la estrategia de mercado y desarrollo organizacional.	5		
j.	Identifica un equipo administrativo.	5		
<b>3. Revisa la página de aterrizaje e identifica sus elementos.</b>				
k.	Identifica el título, imagen vendedora, llamada a la acción y formulario de la página de aterrizaje.	5		
l.	Indaga los beneficios, testimoniales y segunda llamada a la acción.	5		
m.	*Responde a las preguntas ¿Qué tipo de promociones tendrá para su lanzamiento?	5		
<b>4. Desarrolla un plan de acción para la mejora de la marca tras la investigación realizada.</b>				
n.	*Responde la propuesta a las preguntas de la a–f del apartado 4.	15		
o.	*Diseña el mapa conceptual de la estructura de la campaña en Google Adwords, teniendo en cuenta los objetivos ya planteados en el modelo de negocio.	10		
p.	*Realiza una descripción de KPIs, guiándose por las preguntas de la a-d del apartado 6.	10		

\*Los criterios señalados con asterisco son estrictamente indispensables para acreditar la competencia, por lo que debes desarrollarlos obligatoriamente.

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACION SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.