

# RÚBRICA

## ESTRATEGIAS 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. Identifica los elementos del brief de la campaña de marketing digital.</b>				
a.	Identifica nombre, logotipo, frase y filosofía que identifique a la nueva marca.	5		
b.	Identifica la situación actual del mercado mexicano de vitaminas y suplementos alimenticios. Responde a las preguntas: ¿Qué marcas existen actualmente en México? ¿Cuál es el mercado meta de estas marcas? ¿Cuál es la estrategia de marketing digital que manejan estas marcas?	5		
c.	*Identifica el perfil del cliente de la marca y responde a las preguntas: ¿Cómo lo describirías? ¿Zona geográfica donde se ubica y donde lanzarías esta marca? ¿Cómo es esta persona? ¿Qué le gusta hacer? ¿Qué tipo de lugares y actividades frecuenta? ¿Cómo es su actividad y presencia en los medios digitales?	5		
d.	*Responde a las preguntas: ¿Cuál será tu mercado primario? ¿Cuál será tu mercado secundario? ¿Cuál es el tipo de internauta al que está dirigido?	5		
e.	*Justifica el motivo por el cual considera que esta marca debe o no apostarle al marketing digital para el lanzamiento de la misma y responde a las preguntas: ¿Por qué es importante en su estrategia? ¿Cuáles son las tendencias online actuales de la industria?	5		
f.	*Responde a las preguntas: ¿Cuál es la razón por la que los clientes comprarán esta marca de productos? ¿Por qué lo deben hacer en las tiendas físicas? ¿Por qué comprarían en la tienda online? Justifica su respuesta.	5		
<b>2. Realiza un modelo de negocios que servirá de base para desarrollar un plan digital estratégico.</b>				
g.	*Diseña una propuesta de valor y un modelo de ingresos.	10		
h.	Identifica la oportunidad de mercado, entorno competitivo y ventaja competitiva.	5		
i.	*Desarrolla una estrategia de mercado, establece el desarrollo organizacional y un equipo administrativo.	10		
<b>3. Desarrolla la estructura de la página de aterrizaje de la marca de vitaminas y suplementos alimenticios.</b>				
j.	*Desarrolla título, imagen vendedora y formulario.	5		
k.	Desarrolla primera y segunda llamada a la acción.	5		
l.	Establece beneficios y testimoniales.	5		
<b>4. Desarrolla el contenido textual y gráfico de la página de aterrizaje.</b>				
m.	*Crea un Blog en alguna de las plataformas gratuitas, da un nombre y logo llamativo al Blog. Justifica su respuesta.	10		
n.	Justifica el tipo de contenido que el usuario encontrará al ingresar al Blog y el porqué está relacionado con la marca.	5		
ñ.	Redacta un artículo (de 500 palabras) sobre un tema relacionado a la marca e incluye tres referencias bibliográficas, incluye al menos una imagen y la liga que dirija al Blog.	5		
o.	Diseña una campaña de Google AdWords.	5		
p.	Elige opciones de propiedades digitales, justifica su opción y responde: ¿Cuál sería la estrategia a utilizar en cada una de ellas?	5		

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