



## **Analítica Digital**

**Guía para el profesor**

**Clave LTMD2207**

**Nivel Profesional**

## Contenido

Datos generales de la materia .....	3
Competencia .....	3
Introducción .....	3
Información general programada .....	3
Calendario de entregas de los aprendedores .....	8
Temario .....	8
Herramientas .....	9
Preguntas más frecuentes .....	9
Guía para las sesiones .....	10
Anexo 1. Banco de prácticas de bienestar .....	34
Anexo 2. Rúbrica de avance de evidencia .....	29
Anexo 3. Rúbrica de evidencia final .....	31

## Datos generales de la materia

**Nombre de la materia:** Analítica Digital

**Nivel:** Profesional

**Clave:** LTMD2207

## Competencia

Aplica la analítica digital para ayudar a la toma de decisiones en estrategias digitales. Asimismo, conoce y analiza el comportamiento de los usuarios en un sitio web, mejorando y optimizando su experiencia para incrementar las ventas de comercio electrónico y definir los indicadores claves de rendimiento, determinando la situación actual y futura.

## Introducción

En esta experiencia educativa conocerás las bases de la analítica digital, los diferentes tipos de desarrollo analítico que existen, así como las herramientas de apoyo para la creación de objetivos y métricas, entre otras. Además, identificarás en qué consiste Google Analytics, su estructura e interfaz, así como la integración de Google Ads, por lo que sabrás cómo aplicarlas para lograr los objetivos de tu empresa.

Para lograrlo, analizarás las diferentes herramientas que te brinda Google Analytics, las cuales puedes aprovechar para llegar a tu audiencia en la manera requerida. Además, revisarás la integración de otras herramientas de Google para la visualización de los resultados, así como la optimización del etiquetado de las acciones de éxito de parte de tus clientes.

También revisarás cómo incorporar la analítica digital a las redes sociales, el uso de la metodología CRO, así como sus principales herramientas para establecer el ciclo de compra, además de obtener los mejores beneficios al momento de realizar un análisis SEO y aprender los beneficios y limitantes de las campañas de tráfico pagadas. Todo esto ayudará a que consolides tu marca y tus procesos de analítica web para lograr tus metas.

## Información general programada

### Metodología

En esta experiencia de aprendizaje serás acompañado por un docente líder con experiencia en el ámbito laboral, quien compartirá contigo su conocimiento, experiencia y las mejores prácticas que realiza en su labor profesional para servirte de guía en el proceso de elaboración de las actividades y fases del proyecto.

Durante el semestre, tendrás sesiones virtuales que te ayudarán a interactuar entre aprendedores localizados en diferentes campus de la Universidad Tecmilenio como una forma de enriquecer tu formación contrastando la realidad de tu ciudad o región con la de otros compañeros.

La materia tiene una distribución semanal y tanto las actividades, como las fases del proyecto que deberás completar para finalizar el curso, han sido diseñadas para realizarse de manera individual. Todas y cada una de ellas tienen como objetivo desarrollar la competencia general de la materia y se resolverán y entregarán a través de la plataforma tecnológica para su revisión y evaluación por parte del docente y de acuerdo con el calendario de entregas.

Es muy importante que revises el esquema de evaluación y los criterios que utilizará el docente para otorgarte una calificación en la sección correspondiente. Lo anterior con la intención de que desde el inicio

tengas claro el nivel de complejidad y esfuerzo que requieres para realizar las entregas semanales y garantizar tu éxito.

En caso de tener dudas sobre alguna actividad, fase del proyecto o la certificación, puedes contactar a tu docente a través de los medios que te indique.

### Bibliografía de apoyo y certificaciones

#### **Bibliografía de apoyo:**

Para profundizar sobre la analítica digital, recomendamos uno de los manuales que todo analista debe conocer:

Kaushik, A. (2010). *Analítica Web 2.0*. Grupo Planeta.  
ISBN: 978-84-9875-090-4

Gorostiza, I., y Barainca, A. (2020). *Data Analytics. Mide y Vencerás*. España: Anaya Multimedia.  
ISBN eBook: 978-84-415-4211

Tayar, R. (2018). *CRO. Diseño y Desarrollo de negocios digitales*. España: Anaya Multimedia.  
ISBN: 978-84-415-3957-0

#### **Curso requerido para la certificación:**

Skillshop. (2017). *Google Analytics Individual Qualification*. Recuperado de [https://skillshop.exceedlms.com/student/path/2934-google-analytics-individual-qualification?sid=1fc8850a-7198-4924-9f1f-937ebcd71efc&sid\\_i=0](https://skillshop.exceedlms.com/student/path/2934-google-analytics-individual-qualification?sid=1fc8850a-7198-4924-9f1f-937ebcd71efc&sid_i=0)

### Evaluación

La evaluación es una combinación de los siguientes elementos:

- Dos actividades distribuidas en 4 semanas.
- Dos quizzes distribuidos en 4 semanas.
- Las evidencias para demostrar que el participante adquirió las habilidades y los conocimientos requeridos para acreditar el certificado (avance de evidencia en la semana 2 y la evidencia final en la semana 4).
- La acreditación de una certificación en la semana 4.

A continuación, puedes revisar el detalle de la evaluación:

Evaluable	Ponderación
Actividad 1	10
Avance de evidencia	20
Quiz 1	4
Certificación 1	6
Actividad 2	10
Quiz 2	4
Evidencia final	40
Certificación 2	6

\* La certificación se evaluará de la siguiente manera:

- Presentada y aprobada (7 puntos).
- Presentada y no aprobada (4 puntos).
- No presentada y no aprobada (0 puntos).

#### Estructura de las sesiones Connect y Online

Las sesiones se dividen en tres bloques, estas son las actividades que se recomiendan realizar:

Bloque 1	Bloque 2	Bloque 3
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienvenida y presentación de agenda.</li> <li>• Práctica de bienestar.</li> <li>• Desarrollo de temas de la semana:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Aplicación en contextos reales (Introducción).</li> <li>○ Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recapitulación de lo realizado en el bloque previo.</li> <li>• Desarrollo de temas de la semana:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</li> </ul> </li> <li>• Receso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recapitulación de lo realizado en el bloque previo.</li> <li>• Desarrollo de temas de la semana:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</li> <li>○ Cierre de temas.</li> </ul> </li> <li>• Explicación de las actividades que deberán</li> </ul>

- Receso.

realizarse en la semana (fuera de la sesión).

Antes de acudir a una sesión, es necesario que realices las lecturas de las explicaciones, ya que te proporcionarán los fundamentos teóricos de los temas. De igual manera, se requiere que revises las lecturas y los videos requeridos.

Durante las sesiones sincrónicas, el docente da una breve explicación del tema, resuelve dudas y comparte las instrucciones de lo que se debe realizar fuera de dichas sesiones.

### Actividades, evidencia y certificación

Las actividades y fases del proyecto han sido diseñadas para realizarse de manera individual, por lo que todas y cada una de ellas tienen por objetivo desarrollar la competencia general de la materia. A saber, tienen una combinación de los siguientes elementos:

Actividades	Proyecto	Certificación
Actividad 1		
Actividad 2	Avance de evidencia	Certificación en Google Analytics Individual Qualification
Quiz 1	Evidencia final	
Quiz 2		

Las actividades y las evidencias se resolverán y entregarán a través de la plataforma tecnológica para su revisión y evaluación por parte del docente, según el calendario de entregas.

Se responderán dos exámenes rápidos (quizzes), en donde tendrás tres oportunidades para resolverlos. Se considera como calificación aprobatoria obtener 70 o más de calificación en cada quiz.

Para llevar a cabo las certificaciones se accederá al sitio web de Skillshop (se incluye infografía) para presentar la evaluación y obtener los puntos de la ponderación que corresponden.

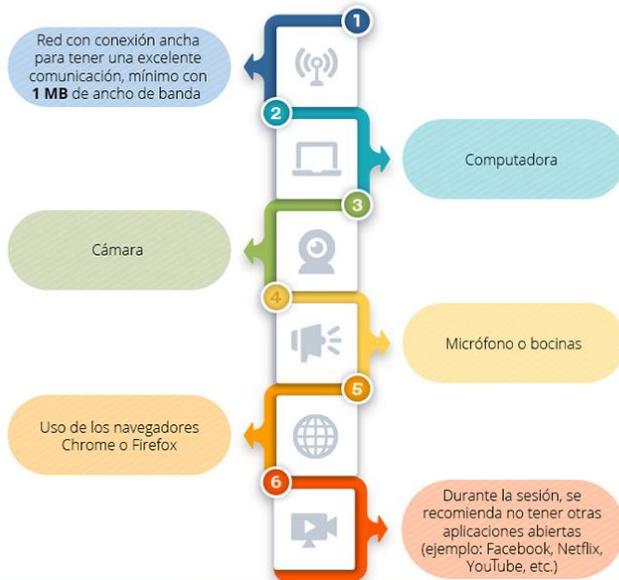
Es muy importante que revises el esquema de evaluación y los criterios que utilizará el docente para calificarte. Lo anterior con la intención de que desde el inicio tengas claro el nivel de complejidad y esfuerzo que requieres para realizar las entregas semanales y garantizar tu éxito.

En caso de tener dudas sobre alguna actividad, evidencia/fase del proyecto o certificaciones, puedes contactar a tu docente a través de los medios que te indique.

### Sesiones virtuales

Para la transmisión de las sesiones, se utiliza una herramienta de videoconferencias. Con el fin de mejorar la calidad de dichas interacciones, se recomienda lo siguiente.

Es muy importante que cuentes con los siguientes **requerimientos tecnológicos** para llevar a cabo y con éxito las sesiones:



### Tutoriales

Para asegurar que aproveches al máximo tu experiencia educativa en esta modalidad, te recomendamos que sigas al pie de la letra las indicaciones de tu docente, así como revisar estos tutoriales:

- ¿Cómo entrar a Canvas?
- ¿Cómo consulto mis calificaciones?
- ¿Cómo entrego mis tareas?
- ¿Cómo ingreso a la plataforma de multipresencia virtual?
- Tutoriales de Canvas para aprendedores
- ¿Cómo evalúo el desempeño de mi red?

¡Te deseamos mucho éxito!

**Comentado [JARR1]:** PW: Ligar a <https://youtu.be/lf777UQVUBg>

**Comentado [JARR2]:** PW: Ligar a <https://youtu.be/RjSSbQL-7s4>

**Comentado [JARR3]:** PW: Ligar a <https://youtu.be/kt3gOU4q7ko>

**Comentado [JARR4]:** PW: Ligar a guía para cursar tu clase en línea

**Comentado [JARR5]:** PW: Ligar a <https://www.youtube.com/playlist?list=PLxtBF8TpS7EPE5pQHhV-8iAjvDNnqZSN0>

**Comentado [JARR6]:** Ligar a BCP Recomendaciones Sesiones Zoom

### Calendario de entregas de los aprendedores

Semana	Elementos (agenda)	Duración por hora
<b>Semana 1</b>	Actividad 1	8
<b>Semana 2</b>	Avance de evidencia Quiz 1	26
<b>Semana 3</b>	Actividad 2 Quiz 2	8

<b>Semana 4</b>	Evidencia final	30
	Certificación	10

## Temario de la materia

<b>Temas</b>	
<b>Tema 1.</b>	<b>Introducción a la Analítica Digital</b>
1.1	Historia de la analítica digital
1.2	Bases de la Analítica Digital
1.3	Alineación de la analítica web con la estrategia de negocio
1.4	Analítica cualitativa
1.5	Analítica cuantitativa
1.6	Omnicanalidad
1.7	Definición de objetivos, KPI'S y métricas clave en la analítica digital
1.8	Herramientas de Análisis online
<b>Tema 2.</b>	<b>Google Analytics</b>
2.1	¿Por qué Google Analytics?
2.2	Creación de cuenta de de Google Analytics
2.3	Estructura de Cuenta de de Google Analytics
2.4	Recorrido de la interfaz de Google Analytics
2.5	Integración de Ads y Search Console
<b>Tema 3.</b>	<b>Google Analytics II</b>
3.1	Gestión de propiedades, vistas y usuarios
3.2	Creación de Filtros básicos y avanzados
3.3	Creación de Objetivos
3.4	Panel de Audiencia y experiencia de usuario
3.5	Panel de Adquisición y fuentes de tráfico
3.6	Panel de Comportamiento de visitas
3.7	Panel de Conversiones y objetivos
<b>Tema 4.</b>	<b>Google Analytics III</b>
4.1	Creación de Segmentos
4.2	Audiencias: Listas de Remarketing
4.3	Agrupación de Canales
4.4	Análisis mobile
4.5	Configuración de Eventos
4.6	Informes personalizados
4.7	Embudos de conversión
4.8	Modelos de Atribución
4.9	Dashboards en Analytics
<b>Tema 5.</b>	<b>Google Tag Manager, Data Studio y Google Spreadsheets</b>
5.1	Introducción básica GTM
5.2	Diseño e implementación GTM
5.3	Implementación de etiquetas para medir comercio electrónico
5.4	Introducción DATA Studio e integración
5.5	Cuadros de mando en DATA Studio
5.6	Introducción a Google spreadsheets y funcionamiento
5.7	Vínculos, herramientas y fórmulas para la analítica digital
<b>Tema 6.</b>	<b>CRO (Conversion Rate Optimization) y Experiencia de Usuario (UX)</b>
6.1	¿Qué es CRO?
6.2	Metodología CRO: Análisis, hipótesis, test y resultados
6.3	Herramientas principales de CRO
6.4	Análisis y testing con Google Optimize y Hotjar
6.5	Ciclo de compra y pirámide de conversión
6.6	Análisis de la Experiencia de Usuario (UX) y mejores prácticas
6.7	Análisis procesos de compra y mejores prácticas comercio electrónico
<b>Tema 7.</b>	<b>Analítica Digital de redes sociales y paid media</b>

7.1	Cuadros de mando para redes sociales
7.2	Analítica para Facebook e Instagram
7.3	Analítica redes sociales más populares
7.4	Herramientas principales de análisis de redes sociales
<b>Tema 8.</b>	<b>Análisis SEO y Campañas de tráfico pagadas</b>
8.1	Análisis de métricas principales para SEO
8.2	Data Studio para SEO, creación de clusters
8.3	Análisis red de búsqueda, display y google shopping
8.4	Análisis de campañas de Email marketing

## Herramientas

Para asegurar que aproveches al máximo tu experiencia educativa en esta modalidad, te recomendamos revisar estos [tutoriales](#).

**Comentado [OPCM7]:** Alexis: favor de considerar que el link se debe conservar. Muchas gracias.  
[Docentes - Inicio \(sharepoint.com\)](#)

## Preguntas más frecuentes

### ¿En dónde o a quién reporto un error detectado en el contenido?

Lo puedes reportar a la cuenta [atencioncursos@servicios.tecmilenio.mx](mailto:atencioncursos@servicios.tecmilenio.mx), también puedes compartir sugerencias para el contenido y actividades o evidencias.

### ¿Quién me informa de la cantidad de sesiones y tiempo de cada sesión en las semanas?

El coordinador docente te debe proporcionar esta información.

### ¿En qué semanas se aplican los exámenes parciales y el examen final?

Consulta con tu coordinador docente los calendarios de acuerdo con la modalidad de impartición.

### ¿Tengo que capturar las calificaciones en banner y en la plataforma educativa?

Sí, es importante que captures calificaciones en la plataforma para que los aprendedores estén informados de su avance y reciban retroalimentación de parte tuya de todo lo que realizan en la materia. En banner es el registro oficial de las calificaciones de los aprendedores.

## Guía para las sesiones

**Nota:** Los enlaces que se compartan en las notas son externos a la Universidad Tecmilenio, al acceder a ellos considera que debes apegarte a sus términos y condiciones.

### Semana 1

#### Bloque 1

Actividad	Descripción	Duración
<b>Bienvenida y presentación de agenda.</b>	El profesor se presenta ante el grupo y da una breve introducción a la materia.	5 minutos.
<b>Práctica de bienestar.</b>	Del banco de prácticas de bienestar que se agregan al final de este documento, el profesor impartidor seleccionará alguna para aplicarla en la sesión.	5 minutos.
<b>Desarrollo de temas de la semana:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ <b>Aplicación en contextos reales (Introducción).</b></li><li>○ <b>Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</b></li></ul>	El profesor explicará a los aprendedores los contenidos a través del análisis de prácticas en la industria que permitan ver la relevancia y factibilidad de los temas.	40 minutos.
<b>Receso.</b>	Se brindará un espacio de receso para que el aprendedor lo utilice a su beneficio.	10 minutos.

#### Bloque 2

Actividad	Descripción	Duración
<b>Recapitulación de lo realizado en el bloque previo.</b>	El profesor recapitulará de manera dinámica lo realizado en el bloque previo.	5 minutos.
<b>Desarrollo de temas de la semana:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ <b>Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</b></li></ul>	El profesor explicará a los aprendedores los contenidos con ejercicios prácticos.	45 minutos.

<b>Receso.</b>	Se brindará un espacio de receso para que el aprendedor lo utilice a su beneficio.	10 minutos.
----------------	--	-------------

### Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
<b>Recapitulación de lo realizado en el bloque previo.</b>	El profesor recapitulará de manera dinámica lo realizado en el bloque previo.	10 minutos.
<b>Desarrollo de temas de la semana:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</li> <li>○ Cierre de temas.</li> </ul>	El profesor explicará a los aprendedores los contenidos con ejercicios prácticos y realizará un cierre de los temas correspondientes.	25 minutos.
<b>Explicación de lo siguiente que deberá realizarse fuera de la sesión:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividad 1.</li> <li>• Certificación de HubSpot.</li> </ul>	Se brindará una breve explicación de lo que consiste la actividad 1 y la certificación de HubSpot.  Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• La actividad 1 se entrega en la semana 1.</li> <li>• La certificación se inicia en semana 1 a la par de los temas vistos en clase, y el examen de certificación se presenta en la semana 4.</li> </ul>	15 minutos.

#### Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 1.

En este tema es importante que se comprendan ampliamente los conceptos, ya que serán la base del resto del módulo. Es importante establecer los cuatro fundamentos principales del SEM, los cuales son los siguientes:

- Pensamiento estratégico.
- Conocimiento del consumidor y del producto.
- Habilidad para generar buenas ideas.
- Habilidad para transmitir las ideas claras al usuario final.

Además, será importante complementar con ejemplos de la vida real para que logren captar la importancia de este tema.

#### Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 2.

Este tema continúa con los conceptos clave que serán muy importante para el dominio de las plataformas de Google Ads, además de conocer los tipos de campañas y los objetivos de negocio.

Para ello, será importante que se complemente con ejemplos de la vida real que ayuden al aprendiz a comprender a profundidad el tema, así como el entendimiento absoluto de la plataforma de Google Ads, por tanto, es recomendable que durante la impartición puedan entrar a la plataforma y visualizar el uso de las secciones y sus componentes.

#### Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 3.

El aprendiz incursionará en uno de los módulos más grandes de Google Ads: las campañas de la red de búsqueda. Es importante que al momento de explicar este tema se refuerce la diferencia que existe entre la optimización del sitio web para el buscador (SEO) y las campañas pagadas en la red de búsqueda.

También es importante que consideren explicar a profundidad los primeros componentes de la plataforma para la implementación de las campañas en la red de búsqueda de Google, con el fin de facilitar la implementación ágil de las campañas.

#### Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 4.

Este tema incluye las bases del tema 11, pero a un nivel más avanzado, por lo que no solo es importante explicar el tema, sino ayudar a los aprendices a generar la práctica alrededor de la implementación de estos pasos avanzados que, aunque no son complicados, son menos comunes y requerirán más apoyo.

#### Notas para el profesor impartidor correspondientes a la elaboración de la Actividad 1.

- El objetivo de este ejercicio es desarrollar una estrategia de analítica digital para la toma de decisiones, en donde el aprendiz deberá reflexionar en el tipo de información que puede obtener, el uso que se le puede dar, así como la toma de decisiones que los stakeholders pueden realizar con dicha información.
- Es importante que el profesor verifique que las métricas y KPI's propuestos, estén vinculados con el rol de stakeholder como con el tipo de decisión que se alcanza a tomar con dicha decisión.
- Es importante reforzar que los aprendices trabajen sobre **Google Analytics 4**.

## Semana 2

### Bloque 1

Actividad	Descripción	Duración
<b>Bienvenida y presentación de agenda.</b>	El profesor se presenta ante el grupo y da una breve introducción a la materia.	5 minutos.
<b>Práctica de bienestar.</b>	Del banco de prácticas de bienestar que se agregan al final de este documento, el profesor impartidor seleccionará alguna para aplicarla en la sesión.	5 minutos.
<b>Desarrollo de temas de la semana:</b>	El profesor explicará a los aprendices los contenidos con ejercicios prácticos.	40 minutos.

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Aplicación en contextos reales (Introducción).</b></li> <li>○ <b>Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</b></li> </ul>		
<b>Receso.</b>	Se brindará un espacio de receso para que el aprendedor lo utilice a su beneficio.	10 minutos.

### Bloque 2

Actividad	Descripción	Duración
<b>Resumen de lo realizado en el bloque previo.</b>	El profesor recapitulará de manera dinámica lo realizado en el bloque previo.	5 minutos.
<b>Desarrollo de temas de la semana:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</b></li> </ul>	El profesor explicará a los aprendedores los contenidos con ejercicios prácticos.	45 minutos.
<b>Receso.</b>	Se brindará un espacio de receso para que el aprendedor lo utilice a su beneficio.	10 minutos.

### Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
<b>Resumen de lo realizado en el bloque previo.</b>	El profesor recapitulará de manera dinámica lo realizado en el bloque previo.	5 minutos.
<b>Desarrollo de temas de la semana:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</b></li> <li>○ <b>Cierre de temas.</b></li> </ul>	El profesor explicará a los aprendedores los contenidos con ejercicios prácticos y realizará un cierre de los temas correspondientes.	35 minutos.

<p><b>Explicación de lo siguiente que deberá realizarse fuera de la sesión:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Avance de evidencia.</b></li> <li>• <b>Quiz 1.</b></li> </ul>	<p>Se explicará en qué consiste el avance de evidencia, así como el contenido y la forma de responder el quiz 1.</p> <p>Especificar lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El avance de evidencia se entrega en la semana 2.</li> <li>• El quiz 1 se presenta en la semana 2.</li> </ul>	<p>10 minutos.</p>
---	--	--------------------

**Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 5.**

Este es el segundo tema más relevante dentro de las campañas de Google Ads, en el cual estaremos aprendiendo de los conceptos base para la implementación de una campaña de display. Se recomienda plasmar algunos ejemplos de las ventajas que tiene la implementación de las campañas de display vs. otros tipos de campañas digitales, incluyendo las mismas campañas de la red de búsqueda.

Algunos de los tipos de campaña que revisarán en el módulo son un poco avanzados, lo que se facilitará cuando el aprendiz tenga experiencia previa, sin embargo, este tema se podrá entender aún sin esa experiencia. Es importante que como profesores nos sensibilicemos del *expertise* del grupo sobre este tema y que reforcemos más aquellos temas que no sean tan comunes, ya que eso implicará una mayor facilidad en el uso de la plataforma y sus ventajas.

**Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 6.**

Este tema incluye conceptos y prácticas más avanzadas para la implementación de las campañas de Google display, por lo que es importante platicarles ejemplos y casos para ayudarlos a reflexionar y generar una mejor comprensión, explicando a su vez las ventajas para sacarle el máximo provecho.

**Notas para el profesor impartidor correspondientes a la elaboración del Avance de evidencia.**

- Este ejercicio se basa en un proyecto real, donde los aprendedores estarán desarrollando habilidades de consultoría para asesorar y dar recomendaciones a empresas u organizaciones con actividad digital. E ideal sería que la empresa con la que se trabaje sea una empresa que cuenta con ventas en línea.
- En caso de que los aprendedores tengan problemas para identificar alguna empresa con la que puedan colaborar, se recomienda que, si es posible, algunos de ellos puedan compartir empresa. También es posible que los aprendedores puedan crear su propia empresa donde realizar el ejercicio, para lo cual deberán contar con un tráfico suficiente para obtener información para analizar.
- Durante esta fase, el aprendiz desarrollará el planteamiento inicial del proyecto, en donde se definirán los objetivos, así como el perfil de la audiencia objetivo, todo basado en la empresa que se seleccione y los datos obtenidos.
- Es importante que las recomendaciones o planteamientos de los aprendedores, siempre estén basadas en el cumplimiento de los objetivos de la empresa u organización; es importante reforzar que siempre se debe generar información o propuestas que generen valor, y que sean concretas y suscitadas.
- Algo que es sumamente importante reforzar con los aprendedores, es que los ejercicios se hagan con **Google Analytics 4**, ya que a partir del 1 de julio de 2023 Google Analytics Universal será desactivado.
- Con esta fase se busca que el aprendiz identifique dentro de toda la información que arroja Google Analytics, oportunidades para generar valor para la organización, y que pueda mostrarla de una manera clara y sucinta, para que cualquier que reciba la información, pueda entender la información de manera clara. Esto requiere que el alumno configure un dashboard o tablero de control dentro de la herramienta.

- Con la creación de eventos, los aprendedores reforzarán la identificación de aquellas acciones de valor que realizan los usuarios dentro del sitio, y que suman a la construcción de los resultados favorables de la organización. De tal manera que dentro del dashboard sea fácilmente identificables, medibles, y por lo tanto facilitan su seguimiento.

**Notas para el profesor impartidor correspondientes a la aplicación del Quiz 1.**

El quiz 1 contiene 20 preguntas relacionadas a los primeros 4 temas estudiados. Se pondera con 4 puntos sobre la evaluación total y requiere de un 70 mínimo para acreditarse. El aprendedor tendrá tres intentos para obtener la calificación más alta que pueda.

### Semana 3

#### Bloque 1

Actividad	Descripción	Duración
<b>Bienvenida y presentación de agenda.</b>	El profesor da una breve bienvenida y presenta la agenda de la sesión.	5 minutos.
<b>Práctica de bienestar.</b>	Del banco de prácticas de bienestar que se agregan al final de este documento, el profesor impartidor seleccionará alguna para aplicarla en la sesión.	5 minutos.
<b>Desarrollo de temas de la semana:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Aplicación en contextos reales (Introducción).</b></li> <li>○ <b>Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</b></li> </ul>	El profesor explicará a los aprendedores los contenidos con ejercicios prácticos.	40 minutos.
<b>Receso.</b>	Se brindará un espacio de receso para que el aprendedor lo utilice a su beneficio.	10 minutos.

#### Bloque 2

Actividad	Descripción	Duración
<b>Recapitulación de lo realizado en el bloque previo.</b>	El profesor recapitulará de manera dinámica lo realizado en el bloque previo.	5 minutos.
<b>Desarrollo de temas de la semana:</b>	El profesor explicará a los aprendedores los contenidos con ejercicios prácticos.	45 minutos.

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</li> </ul>		
<b>Receso.</b>	Se brindará un espacio de receso para que el aprendiz lo utilice a su beneficio.	10 minutos.

### Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
<b>Recapitulación de lo realizado en el bloque previo.</b>	El profesor recapitulará de manera dinámica lo realizado en el bloque previo.	10 minutos.
<b>Desarrollo de temas de la semana:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</li> <li>○ Cierre de temas.</li> </ul>	El profesor explicará a los aprendedores los contenidos con ejercicios prácticos y realizará un cierre de los temas correspondientes.	30 minutos.
<b>Explicación de lo siguiente que deberá realizarse fuera de la sesión:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividad 2.</li> <li>• Quiz 2.</li> </ul>	Se explicará en qué consiste la actividad 2, así como el contenido y la forma de responder el quiz 2.  Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• La actividad 2 se entrega en la semana 3.</li> <li>• El quiz 2 se presenta en semana 3.</li> </ul>	10 minutos.

#### Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 7.

YouTube es uno de los principales canales de publicidad en las que el aprendiz se podrá basar para generar un alto impacto sobre la marca. Por ende, para quienes no se han adentrado en el mundo del marketing digital, esto también implicará un cambio de *mindset* para dejar de ver a YouTube como una plataforma de entretenimiento a una de conexión con las audiencias.

También será importante reforzar la diferencia que existe en la implementación de este tipo de campañas, pero sobre todo el tipo de pago que se puede hacer.

#### Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 8.

En este tema los aprendedores enfocarán su práctica sobre las campañas de nicho, por lo que será importante ayudarles a identificar (si no están en estos nichos de negocio) cómo le pueden sacar provecho a algunos de los componentes, por ejemplo, a Google *My Business*, el cual definitivamente es un componente básico para cualquier

negocio que tenga una tienda o sucursales. Hay que ayudarlos a reflexionar sobre qué pasos de sus campañas se podrían automatizar.

#### Notas para el profesor impartidor correspondientes a la elaboración de la Actividad 2.

- En este ejercicio, se busca que los aprendedores desarrollen las bases para mejorar la experiencia de los usuarios, a través del análisis y visualización de la analítica digital.
- Los aprendedores estarán trabajando con la herramienta de Google Data Studio, con la aplicación de NYC OpenData y Google Analytics (se recomienda reforzar el uso de Google Analytics 4.)
- Se busca que, con este ejercicio, los aprendedores tomen un rol de consultor activo, con el fin de que proporcione recomendaciones basadas en las situaciones, los datos y la presentación de estos para la toma de decisiones.

#### Notas para el profesor impartidor correspondientes a la aplicación del Quiz 2.

El quiz 2 contiene 20 preguntas relacionadas a los siguientes 4 temas estudiados. Se pondera con 4 puntos sobre la evaluación total y requiere de un 70 mínimo para acreditarse. El aprendedor tendrá tres intentos para obtener la calificación más alta que pueda.

### Semana 4

#### Bloque 1

Actividad	Descripción	Duración
<b>Bienvenida y presentación de agenda.</b>	El profesor da una breve bienvenida y presenta la agenda de la sesión.	5 minutos.
<b>Práctica de bienestar.</b>	Del banco de prácticas de bienestar que se agrega al final de este documento, el profesor impartidor seleccionará alguna para aplicarla en la sesión.	5 minutos.
<b>Integración del contenido:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ <b>Explicación de los temas vistos hasta el momento con una visión integral y práctica.</b></li></ul>	El profesor brindará una visión integral de los temas expuestos hasta el momento, explicando con ejercicios prácticos.	40 minutos.
<b>Receso.</b>	Se brindará un espacio de receso para que el aprendedor lo utilice a su beneficio.	10 minutos.

#### Bloque 2

Actividad	Descripción	Duración
-----------	-------------	----------

<b>Resumen de lo realizado en el bloque anterior.</b>	El profesor resumirá de manera dinámica lo realizado en el bloque anterior.	10 minutos.
<b>Integración del contenido y participación:</b>	El profesor brindará una visión integral de los temas expuestos hasta el momento, explicando con ejercicios prácticos.  El profesor propiciará un espacio adecuado para la participación y solución de dudas por parte de los aprendedores.	30 minutos.
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Explicación de los temas vistos hasta el momento con una visión integral y práctica.</b></li> <li>○ <b>Participación.</b></li> <li>○ <b>Solución de dudas.</b></li> </ul>		
<b>Receso.</b>	Se brindará un espacio de receso para que el aprendedor lo utilice a su beneficio.	10 minutos.

### Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
<b>Resumen de lo realizado en el bloque anterior.</b>	El profesor resumirá de manera dinámica lo realizado en el bloque anterior.	5 minutos.
<b>Explicación de lo siguiente que deberá realizarse fuera de la sesión:</b>	Se explicará en qué consiste la evidencia final y se recordará a los aprendedores que deberán presentar la certificación de HubSpot esta semana.  Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• La evidencia final se entrega en la semana 4.</li> <li>• La evidencia de resultados del examen de certificación se entrega en semana 4.</li> </ul>	45 minutos.

#### Notas para el profesor impartidor correspondientes a la elaboración de la Evidencia final.

- Con esta fase se culmina el proyecto, con lo cual se busca que los aprendedores tomen un rol de consultor, para dar las recomendaciones adecuadas para la mejora del sitio web.
- A través de las metodologías vistas en el módulo, los aprendedores deberán generar hipótesis que permitan generar propuestas para generar mejores resultados, identificando y proponiendo mejores prácticas. Es importante que dichas propuestas tengan un sustento basadas en la data analizada durante el proyecto.
- En este entregable, los aprendedores deberán incluir los puntos desarrollados en el entregable de **Avances de Evidencia**, junto con las correcciones que se hayan solicitado en su revisión.
- Algo que es sumamente importante reforzar con los aprendedores, es que los ejercicios se hagan con **Google Analytics 4**, ya que a partir del 1 de julio de 2023 Google Analytics Universal será desactivado.

**Notas para el profesor impartidor correspondientes a la presentación de la certificación de HubSpot.**

**Certificación sobre las Campañas de Búsqueda de Google Ads**

**Objetivo de la actividad**

Demuestra tu maestría a la hora de crear y optimizar campañas de búsqueda de Google. Los usuarios que obtengan la certificación demostrarán su destreza en el manejo de soluciones automatizadas, como Smart Bidding y Audience Solutions, para mejorar el rendimiento de las campañas y lograr objetivos de marketing específicos.

Si obtienes esta certificación, Google reconoce que eres capaz de hacer lo siguiente:

- Transformar una idea de marketing online en una estrategia de marketing digital coherente.
- Desarrollar una estrategia para la búsqueda de Google mediante planes de marketing de empresa más amplios.
- Elaborar un plan para conseguir más clientes potenciales, ventas o tráfico para sitios web a través de la búsqueda de Google.
- Elaborar un plan para llegar a nuevos clientes y volver a despertar el interés de los que ya tienes con las audiencias de la red de búsqueda de Google.
- Asegurar que el plan de marketing en buscadores se ajuste a tu presupuesto de marketing digital.

**Instrucciones**

1. Sigue estos pasos para ingresar a la certificación:
  - a. Inicia sesión en Skillshop: <https://skillshop.exceedlms.com/> con tu cuenta de Google.
  - b. Haz clic en tu foto en la esquina superior derecha y selecciona "Mi perfil" en el menú.
  - c. Haz clic en "Editar perfil".
  - d. Agrega tu país, empresa y correo electrónico de la empresa. Asegúrate de utilizar tu dirección de correo electrónico corporativa, así como de ingresar el nombre completo de la empresa.
  - e. En "Asociar una o más de sus cuentas de Google Ads o YouTube a su perfil de Skillshop", selecciona "Conectarse a la cuenta de Ads" y sigue los pasos para seleccionar tu(s) cuenta(s).
  - f. Presiona "Guardar".
2. Comparte tu certificación en línea (LinkedIn, etc.).
  - a. Cuando hayas iniciado sesión en tu cuenta de Google en Skillshop, haz clic en tu foto en la esquina superior derecha y selecciona "Mi perfil" en el menú.
  - b. En "Premios", haz clic en la certificación que deseas compartir.
  - c. Copia la URL que se obtiene después de hacer clic en una certificación específica (por ejemplo, [//skillshop.exceedlms.com/student/award/38504259](https://skillshop.exceedlms.com/student/award/38504259)). Este enlace se puede compartir en cualquier lugar.

**Nota importante:** Es recomendable explorar el material con tiempo.

**Definición de los criterios de evaluación**

- Presentada y aprobada. 8
- Presentada y no aprobada. 4
- No presentada y no aprobada. 0

**Entregable(s)**

- Imagen del diploma digital y del puntaje obtenido en la certificación a través de la plataforma.

## Anexo 1. Banco de prácticas de bienestar

### Práctica 1

<b>Nombre de la práctica</b>	Un momento para respirar
<b>Descripción de la práctica</b>	Aprender a respirar por nariz y a tranquilizar tu mente.
<b>Palabras clave</b>	Fortalezas de carácter, y autorregulación.
<b>Instrucciones para el aprendedor</b>	<p>La autorregulación, también percibida como control, es una fortaleza de carácter muy importante dentro de la Psicología Positiva. Este concepto implica regular lo que uno siente y hace, ser disciplinado, así como mantener un control sobre los apetitos y, especialmente, sobre las emociones.</p> <p>En la actualidad vivimos situaciones muy estresantes que provocan que nuestra reacción instintiva y natural ante ellas sea estallar en ira. Pero, las consecuencias de este comportamiento no sólo se quedan en nosotros, sino que también pueden llegar a afectar a terceros.</p> <p>A continuación, se presenta un ejercicio que te ayudará a cultivar la fortaleza de autorregulación:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Toma 2 minutos de tu tiempo, siéntate en un lugar cómodo, donde no haya mucho ruido que te pueda distraer.</li><li>2. Escucha música de relajación (crea tu propio ambiente de meditación).</li><li>3. Comienza a respirar y exhalar por nariz. Trata de que tu respiración y exhalación dure el mismo tiempo.</li><li>4. Fija tu mente en tu respiración, en cómo entra y sale el aire de tu cuerpo. Así durante dos minutos.</li></ol> <p>Te recomendamos que si durante este periodo algún pensamiento (olvide algo en la oficina, más tarde tengo que hacer tal actividad, etc.) llega a tu mente, solo déjalo pasar y regresa a la concentración en tu respiración.</p> <p>Al finalizar los dos minutos sentirás paz en tu ser, comienza a hacer este ejercicio de</p>

	respiración y meditación todos los días, y poco a poco vas aumentando los minutos de este.
<b>Fuente</b>	Conferencia Rosalinda Ballesteros.

## Práctica 2

<b>Nombre de la práctica</b>	Fomentando la atención plena
<b>Descripción de la práctica</b>	Llevarás a cabo breves ejercicios de meditación para fomentar la atención plena en tus actividades diarias.
<b>Palabras clave</b>	Atención plena, fortalezas de carácter, autorregulación.
<b>Instrucciones para el aprendiz</b>	<p>La meditación es una herramienta que ayuda a mejorar el desempeño de cualquier persona, ya que fomenta el desarrollo de la atención plena en una sola actividad. Para fomentar la atención plena y lograr cada vez más estar en una zona de concentración mientras realizas tus actividades cotidianas, puedes llevar a cabo los siguientes ejercicios de meditación:</p> <p>Encuentra en algún momento del día cinco minutos para ti, siéntate en un lugar cómodo, donde no tengas distracciones.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Haz tres respiraciones profundas por nariz y exhala por nariz.</li> <li>2. Comienza a hacer un repaso de tu día, de lo que más te acuerdes, por ejemplo, te levantaste, ¿qué hiciste?, ¿desayunaste?, ¿te bañaste?, ¿diste los buenos días?, etcétera. Si desayunaste, ¿qué fue lo que desayunaste, ¿te gustó?, ¿tomaste tu alimento despacio o apurado? Si estabas apurado, ¿qué era lo que te tenía en esa situación?</li> <li>3. Sigue meditando en lo que te acuerdes: ¿te molestase con alguien?, ¿por qué?, ¿qué fue lo que pasó?, ¿crees que era posible haber reaccionado de alguna manera más pacífica?</li> </ol> <p>Con este ejercicio te darás cuenta de que reaccionamos o hacemos cosas de manera automática, algunas veces si estamos más conscientes y presentes, podemos tener otra actitud sin que alguna situación nos afecte demasiado.</p>
<b>Fuente</b>	<b>Fuente:</b> <a href="http://talentdevelop.com/articles/Page8.html">http://talentdevelop.com/articles/Page8.html</a>

### Práctica 3

<b>Nombre de la práctica</b>	Experiencias difíciles
<b>Descripción de la práctica</b>	En esta práctica podrás analizar las estrategias que seguiste para afrontar problemáticas y cómo aprendiste de tales sucesos.
<b>Palabras clave</b>	Resiliencia.
<b>Instrucciones para el aprendizador</b>	<p>Todos hemos pasado por situaciones complejas, no sólo en lo laboral, sino también en el ámbito familiar y personal. La manera en que enfrentamos dichos obstáculos es muy diferente, algunas personas continúan con su vida sin problema alguno, a otras tantas se les complica esa transición, también hay quienes no pueden sobreponerse a las experiencias difíciles.</p> <p>De acuerdo con Margarita Tarragona (2012), “la resiliencia es la capacidad de reponerse tras la adversidad, de recuperarse después de vivir experiencias difíciles, dolorosas o traumáticas. Para algunos la resiliencia implica no solo salir adelante después de una situación muy dura, sino incluso crecer o ser mejor a raíz de esta experiencia”. La siguiente práctica te ayudará a fomentar esta importante cualidad:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Crea una tabla con <b>tres</b> columnas y <b>cinco</b> filas.</li><li>2. En la primera columna escribe un evento difícil o desagradable al que te hayas enfrentado en tu vida.</li><li>3. En la segunda columna menciona cuáles son tus creencias sobre esa adversidad.</li><li>4. En la tercera columna describe las consecuencias que tiene esa creencia.</li><li>5. Cuando termines, lee toda la tabla y reflexiona sobre cómo te ha cambiado cada evento, y cómo lo enfrentaste.</li><li>6. Escribe al final, ¿cómo enfrentarías cada evento hoy en día?</li></ol>
<b>Fuente</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Metodología ABC.</li><li>• Fundamentos de psicología positiva.</li></ul>

### Práctica 4

<b>Nombre de la práctica</b>	Concentrarse en lo positivo
<b>Descripción de la práctica</b>	Analizarás sucesos que te hayan ocurrido recientemente, buscando orientar el análisis hacia las consecuencias positivas.

<b>Palabras clave</b>	Resiliencia y esperanza.
<b>Instrucciones para el aprendizador</b>	<p>¿Qué es lo primero que piensas cuando recibes una noticia inesperada?, o bien, ¿qué te imaginas cuando un acontecimiento complejo se presenta ante ti?</p> <p>La mayoría de las personas automáticamente se concentra en el peor de los escenarios independientemente del tipo de noticia que reciban. Martin Seligman sugiere hacer un breve ejercicio para fomentar la resiliencia y la esperanza con base en la premisa antes señalada:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Piensa en una noticia reciente que hayas recibido y que creas es negativa para ti.</li> <li>2. Luego de analizarla, haz una tabla con tres columnas. En la primera señala cuál sería el peor de los escenarios posibles que pudieran resultar de esa noticia, en la segunda columna señala cuál sería el mejor de los escenarios posibles, y en la última cuál es el escenario que realmente tiene mayor probabilidad de ocurrir.</li> <li>3. Reflexiona sobre los tres escenarios, ¿cómo enfrentarías a cada uno de ellos?</li> </ol> <p>Procura repetir este ejercicio cada vez que sientas que te enfrentas a una situación complicada. Hacerlo te dará perspectiva y te ayudará a cultivar tu resiliencia.</p>
<b>Fuente</b>	Seligman, M. (2011). <i>Building Resilience</i> . Recuperado de <a href="https://hbr.org/2011/04/building-resilience">https://hbr.org/2011/04/building-resilience</a>

#### Práctica 5

<b>Nombre de la práctica</b>	Crecimiento postraumático
<b>Descripción de la práctica</b>	En esta práctica harás un recuento de las situaciones difíciles a las que te has enfrentado y reflexionarás sobre lo positivo que surgió de ellas.
<b>Palabras clave</b>	Resiliencia.
<b>Instrucciones para el aprendizador</b>	De acuerdo con Margarita Tarragona (2012), “la resiliencia es la capacidad de reponerse tras la adversidad, de recuperarse después de vivir experiencias difíciles, dolorosas o traumáticas. Para algunos la resiliencia implica no solo salir adelante después de una situación muy dura, sino incluso crecer o ser mejor a raíz de esta experiencia”. La siguiente práctica te ayudará a fomentar esta importante cualidad:

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Escribe acerca de un momento en el que enfrentaste una adversidad significativa o pérdida.</li> <li>2. Primero escribe acerca de las puertas que se te cerraron debido a esa adversidad o pérdida, ¿qué perdiste?</li> <li>3. Después escribe acerca de las puertas que se abrieron al termino o como secuela de esa adversidad o pérdida.</li> <li>4. ¿Hay nuevas maneras de actuar, pensar, o relacionarse que son más probables de suceder ahora?</li> </ol>
<b>Fuente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejercicio contribuido por Taylor Kreiss de University of Pennsylvania Positive Psychology Center, y basado en el libro A Primer in Positive Psychology de Christopher Peterson.</li> </ul>

#### Práctica 6

<b>Nombre de la práctica</b>	La mejor versión de ti mismo
<b>Descripción de la práctica</b>	Escribe durante por lo menos 20 minutos acerca de la mejor versión posible de ti mismo.
<b>Palabras clave</b>	Emociones positivas, fortalezas de carácter, autorregulación y esperanza.
<b>Instrucciones para el aprendiz</b>	<p>Imagina que dentro de 20 años has crecido en todas las áreas o maneras que te gustaría crecer y las cosas te han salido tan bien como te las imaginaste.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo es esa mejor versión de ti mismo?</li> <li>• ¿Qué hace él o ella cotidianamente?</li> <li>• ¿Qué dicen los demás acerca de él o ella?</li> </ul> <p>No es necesario que compartas este escrito, ya que el objetivo de esta reflexión es enfocarse en la experiencia que viviste mientras reflexionabas en esa mejor versión posible de ti mismo.</p>
<b>Fuente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejercicio contribuido por Taylor Kreiss de University of Pennsylvania Positive Psychology Center, y basado en el libro A Primer in Positive Psychology de Christopher Peterson.</li> </ul>

#### Práctica 7

<b>Nombre de la práctica</b>	Obtener lo que quieres
------------------------------	------------------------

<b>Descripción de la práctica</b>	Reflexionarás sobre alguna meta que desees alcanzar y propondrás una forma de conseguirla.
<b>Palabras clave</b>	Logro, involucramiento, fortalezas de carácter, esperanza, autorregulación, metas y objetivos a largo plazo.
<b>Instrucciones para el aprendizador</b>	<p>Tener una idea clara de lo que desees lograr a corto, mediano y largo plazo es de suma importancia, pues te ayuda a seguir un camino trazado previamente. Para que puedas generar esta guía, responde las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué quieres lograr? (al trazar tu meta, procura que esta sea específica, medible, alineada, realista, retadora y con una piense en algo y utiliza el SMART* para definirlo).</li> <li>2. ¿Qué te impide que lo tengas en este momento?</li> <li>3. ¿Qué sufrimiento estás experimentando en tu vida por no tenerlo en este momento?</li> <li>4. ¿Qué placer, involucramiento, relación, significado o logro tendrías en tu vida si tuvieras eso en este momento?</li> <li>5. ¿Qué hábitos te detienen o no te dejan avanzar hacia eso que quieres?</li> <li>6. ¿Qué nuevos hábitos podrías generar para ayudarte a obtener lo que quieres?</li> <li>7. ¿Qué dos cosas podrías hacer para romper con los hábitos que no te permiten avanzar hacia lo que quieres y generar hábitos nuevos?</li> <li>8. ¿Te comprometes a hacer esas dos cosas? Si es así, ¿cuándo las harás?</li> </ol> <p>Escribe tus resultados en un sitio donde puedas verlos constantemente.</p>
<b>Fuente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejercicio contribuido por Taylor Kreiss de University of Pennsylvania Positive Psychology Center, y basado en el libro A Primer in Positive Psychology de Christopher Peterson.</li> </ul>

#### Práctica 8

<b>Nombre de la práctica</b>	Felicidad en el trabajo
<b>Descripción de la práctica</b>	Reflexionarás sobre las distintas dimensiones de tu vida cotidiana, enfocando el análisis a cómo fomentar un estado de ánimo y relaciones positivas en el ámbito laboral.
<b>Palabras clave</b>	Involucramiento, emociones positivas y relaciones positivas.
<b>Instrucciones para el aprendizador</b>	Elegir conscientemente maneras de incrementar la felicidad en el trabajo puede hacer la diferencia en cómo nosotros nos sentimos y que tan bien nos

	<p>desempeñamos. En lugar de quejarnos del trabajo, ¿por qué no pensar en cómo podemos obtener mayor felicidad de lo que hacemos?</p> <p>Estar más involucrados en lo que hacemos, contribuye a nuestra felicidad y bienestar y nos lleva a un mejor desempeño y productividad. A manera de reflexión, responde las siguientes preguntas que están enfocadas a distintas dimensiones de tu vida:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Dar.</b> ¿Cómo estoy apoyando a mis colaboradores, compañeros, líderes, proveedores y clientes?</li> <li>• <b>Relaciones.</b> ¿Cómo puedo mejorar mis relaciones en el trabajo? ¿Cómo logro un balance entre la vida laboral y familiar?</li> <li>• <b>Ejercicio.</b> ¿Cómo puedo integrar la actividad física dentro de mis actividades diarias? ¿Cómo aseguro que estoy comiendo bien y descansando lo suficiente?</li> <li>• <b>Conciencia.</b> ¿Cómo puedo construir momentos de atención plena en mi día laboral?</li> <li>• <b>Ensayo.</b> ¿Qué habilidades estoy construyendo? ¿Qué cosas nuevas he experimentado?</li> <li>• <b>Dirección.</b> ¿Cuáles son mis metas laborales hoy, esta semana, este año? ¿Cómo caben y contribuyen éstas con mis metas de vida y me ayudan a desarrollar mis competencias en la construcción de mis relaciones y cómo contribuyo con lo anterior a ayudar a otros? ¿Cómo se pueden alinear mis metas laborales con las de mi equipo y la organización?</li> <li>• <b>Resiliencia.</b> ¿Cuáles son mis tácticas para lidiar con los retos difíciles en el trabajo? ¿Me estoy enfocando en lo que puedo controlar? ¿Necesito pedir ayuda a otros? ¿Hay alguien a mi alrededor que requiere de mi ayuda?</li> <li>• <b>Emoción.</b> ¿Qué cosas, aunque sean pequeñas, puedo encontrar que me pueden hacer sentir bien en mi trabajo hoy? ¿Qué me ha hecho sonreír?</li> </ul>
<b>Fuente</b>	Tomado de Catálogo de actividades para profesores.

### Práctica 9

<b>Nombre de la práctica</b>	Interacciones positivas
<b>Descripción de la práctica</b>	Reflexionarás sobre las cualidades positivas que aprecias de las personas con las que interactúas diariamente.
<b>Palabras clave</b>	Relaciones positivas.

### Instrucciones para el aprendizador

Puedes obtener mayor gozo de los momentos que compartes con tus colegas si te tomas el tiempo para pensar en lo que valoras y aprecias de ellos. Diversas investigaciones muestran que enfocarse en lo positivo que sucede diariamente, ayuda a incrementar nuestra felicidad, y lo mismo aplica a todas nuestras relaciones cercanas.

El Psicólogo John Gottman sugiere que, para tener relaciones felices con alguna persona, es necesario aspirar a tener cinco interacciones positivas por cada interacción negativa que se tenga con ella. Enfócate en tus compañeros y/o colegas y piensa en las siguientes preguntas; en cada caso, anota ejemplos específicos.

1. ¿Qué te atrajo de tus compañeros cuando se conocieron?
2. ¿Qué cosas han disfrutado al hacerlas juntos?
3. ¿Qué cosas realmente aprecias de ellos en este momento?
4. ¿Cuáles son sus fortalezas?

Ahora, lo más importante es que cuando estés con tus compañeros, te tomes el tiempo para darte cuenta y reconocer estas cualidades, sus fortalezas, las cosas que ellos hacen que realmente aprecias, así como los momentos agradables que han compartido.

Piensa en estas declaraciones:

- “Realmente me encanta cuando ellos...”
- “Son tan buenos para...”
- “Viéndolos hacer..., me recuerda ese fantástico día cuando nosotros...”

Aunque realizar dicho análisis con todas las personas que conoces resulta poco práctico, puedes usar los mismos principios para mejorar tus relaciones en general. Por ejemplo, antes de pasar tiempo con alguien tómate un momento para pensar en aquellas cosas que te gustan, aprecias o admiras de esa persona o cómo te hacen sentir bien. Así mismo, después de pasar tiempo con esa persona, piensa en las cosas que apreciaste o lo que disfrutaste del tiempo que pasaron juntos.

### Fuente

Basado en Catálogo de actividades para profesores.

### Práctica 10

#### Nombre de la práctica

Tus fortalezas en los ojos del otro

<b>Descripción de la práctica</b>	En la práctica podrás reflexionar sobre la percepción que otros tienen sobre tus fortalezas de carácter.
<b>Palabras clave</b>	Fortalezas de carácter.
<b>Instrucciones para el aprendiz</b>	<p>¿Recuerdas alguna ocasión en la que hablaste con algún colega y éste te reveló algo positivo que piensa de ti? Cuando esto ocurre usualmente deja huella en nuestros comportamientos y acciones pues nos damos cuenta de que las personas tienen percepciones sobre nuestras fortalezas que nosotros mismos no vislumbramos. Haz lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Piensa sobre alguna vez que algún compañero de trabajo te compartió lo que piensa de ti y que te haya sorprendido.</li> <li>2. Piensa, ¿qué fue lo que te llamó más la atención?, ¿qué fortalezas vio en ti que pensaste no tenías tan desarrolladas?</li> <li>3. Por último, señala en un texto por qué consideras que esta revelación te causó tanto impacto, así como la manera en que te ayudó a cultivar tus fortalezas de carácter.</li> </ol>
<b>Fuente</b>	Niemiec, R. (2016). How to Assess Your Strengths: 5 Tactics for Self-Growth. Recuperado de <a href="https://www.psychologytoday.com/blog/what-matters-most/201603/how-assess-your-strengths-5-tactics-self-growth?platform=hootsuite">https://www.psychologytoday.com/blog/what-matters-most/201603/how-assess-your-strengths-5-tactics-self-growth?platform=hootsuite</a>

#### Práctica 11

<b>Nombre de la práctica</b>	Plantea tus objetivos como metas de aproximación y replantea tus metas de evitación
<b>Descripción de la práctica</b>	Con base a lo que plantea Grenville, en la práctica podrás definir diferentes tipos de metas y encontrar la mejor manera de conseguirlas.
<b>Palabras clave</b>	Objetivos, metas y planes.
<b>Instrucciones para el aprendiz</b>	<p>La autora Bridget Grenville-Cleave comenta que en el establecimiento de metas es importante distinguir los tipos de metas que hay y menciona dos:</p> <p><b>1. Metas de aproximación (approach):</b> Son las metas con resultados positivos (deseables, placenteros, benéficos o que nos gustaría tener), y hacia las cuales trabajamos.</p> <p><b>2. Metas de evitación (avoidance):</b> Son las metas con resultados negativos (indeseables, dolorosos, dañinos, o nos disgustan), y en las cuales trabajamos para evitarlas.</p>

	<p>Ejemplo:</p> <p><b>Meta de aproximación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser más eficiente.</li> <li>• Ser amigable y extrovertido en reuniones.</li> <li>• Asumir el rol de líder en el trabajo.</li> </ul> <p><b>Meta de evitación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dejar de aplazar.</li> <li>• Dejar de ser tan tímido en las reuniones.</li> <li>• No pasar desapercibido en el trabajo.</li> </ul> <p>Las investigaciones que se han realizado respecto a estos tipos de metas muestran que perseguir metas de evitación resulta en un detrimento del bienestar. Estos descubrimientos sugieren que el establecer metas de aproximación o replantear las metas de evitación es benéfico.</p> <p>Reflexiona:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué tipo de metas te has planteado tú?</li> <li>• ¿Hay algunas metas que puedas replantear en una forma más positiva?</li> <li>• ¿Cuándo las tendrás listas?</li> </ul>
<b>Fuente</b>	<p>Secretos para el establecimiento de metas, tomado de:  <a href="http://positivepsychologynews.com/news/bridget-grenville-cleave/2012013120696">http://positivepsychologynews.com/news/bridget-grenville-cleave/2012013120696</a></p>

**Anexo 2. Rúbrica de Avance de evidencia**

Criterios de evaluación	Nivel de desempeño			%
	Altamente competente 100%-86%	Competente 85%-70%	Aún sin desarrollar la competencia 69%-0%	
Objetivos y KPI.	<b>20 – 16 puntos</b> Define dos objetivos clave a lograr, estableciendo cuatro KPI.	<b>15 – 11 puntos</b> Define dos objetivos clave a lograr, estableciendo tres KPI.	<b>10 – 0 puntos</b> Define un objetivo clave a lograr, estableciendo dos KPI.	<b>20</b>
Perfil de la audiencia, análisis del tráfico y comportamiento del consumidor.	<b>30 – 26 puntos</b> Con apoyo de Google Analytics 4, establece el perfil de audiencia, analizando de dónde vienen (tráfico), así como las características más importantes de su comportamiento.	<b>25 – 21 puntos</b> Con apoyo de Google Analytics 4, establece el perfil de audiencia y analiza de dónde vienen (tráfico).	<b>20 – 0 puntos</b> Con apoyo de Google Analytics 4, establece el perfil de audiencia.	<b>30</b>
Creación de evento.	<b>20 – 16 puntos</b> Crea un evento en Google Analytics 4 para apoyar uno de los objetivos clave.  <ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrolla un dashboard personalizado con los resultados.</li> <li>Analiza y comenta los principales resultados y las áreas de oportunidad, utilizando al menos cuatro conceptos clave (KPI,</li> </ul>	<b>15 – 11 puntos</b> Crea un evento en Google Analytics 4 para apoyar uno de los objetivos clave.  <ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrolla un dashboard personalizado con los resultados.</li> <li>Analiza y comenta los principales resultados y las áreas de oportunidad, utilizando al menos tres</li> </ul>	<b>10 – 0 puntos</b> Crea un evento en Google Analytics 4 para apoyar uno de los objetivos clave.  <ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrolla un dashboard personalizado con los resultados.</li> <li>Analiza y comenta los principales resultados y las áreas de</li> </ul>	<b>20</b>

	embudos de conversión, segmentos, remarketing, etc.).	conceptos clave (KPI y embudos de conversión).	oportunidad, utilizando al menos dos conceptos clave (KPI y embudos de conversión).	
Tags en página web.	<b>30 – 26 puntos</b>	<b>25 – 21 puntos</b>	<b>20 – 0 puntos</b>	
	Encuentra al menos cuatro elementos que puedan ser optimizados a través de nuevos o mejores tags. Justifica y documenta el proceso.	Encuentra al menos tres elementos que puedan ser optimizados a través de nuevos o mejores tags. Justifica y documenta el proceso.	Encuentra al menos dos elementos que puedan ser optimizados a través de nuevos o mejores tags. Justifica y documenta el proceso.	<b>30</b>
<b>TOTAL</b>				<b>100%</b>

### Anexo 3. Rúbrica de Evidencia final

Criterios de evaluación	Nivel de desempeño			%
	Altamente competente 100%-86%	Competente 85%-70%	Aún sin desarrollar la competencia 69%-0%	
Reporte corregido sobre el avance de evidencia.	<b>10 – 8 puntos</b>	<b>7 – 5 puntos</b>	<b>5 – 0 puntos</b>	<b>10</b>
	Presenta de manera correcta y completa el avance de la evidencia.	Presenta de manera incompleta el avance de la evidencia.	Presenta de manera incompleta y con errores el avance de la evidencia.	
Análisis CRO y UX.	<b>30 – 26 puntos</b>	<b>25 – 21 puntos</b>	<b>20 – 0 puntos</b>	<b>30</b>
	Realiza un análisis CRO y UX que incluye: CRO (rate), drivers, hooks y barriers (dos de cada una), así como una hipótesis, test y resultados. Incluye el análisis de mejores prácticas para mejorar la experiencia del usuario.	Realiza un análisis CRO y UX que incluye: CRO (rate), drivers, hooks y barriers (dos de cada una), así como una hipótesis, test y resultados	Realiza un análisis CRO y UX que incluye: CRO (rate), drivers, hooks y barriers (dos de cada una).	
Vincula la página web con al menos una red social.	<b>15 – 11 puntos</b>	<b>10 – 6 puntos</b>	<b>5 – 0 puntos</b>	<b>15</b>
	Vincula la página con al menos una red social y muestra el análisis de un dashboard que permite mejorar el desempeño.	Vincula la página con al menos una red social, pero con errores, y muestra el análisis de un dashboard que permite mejorar el desempeño.	Vincula la página con al menos una red social.	
	<b>45 – 41 puntos</b>	<b>40 – 36 puntos</b>	<b>35 – 0 puntos</b>	

Inicia la optimización de la página web para búsquedas orgánicas y pagadas.	Realiza un análisis para saber si la página está optimizada para búsquedas orgánicas. Hace sugerencias para mejorar el sitio en búsquedas orgánicas y pagadas.	Realiza con errores un análisis para saber si la página está optimizada para búsquedas orgánicas. Hace sugerencias para mejorar el sitio en búsquedas orgánicas y pagadas.	Realiza un análisis para saber si la página está optimizada para búsquedas orgánicas.	<b>45</b>
<b>TOTAL</b>				<b>100%</b>

“Tecmilenio no guarda relación alguna con las marcas mencionadas como ejemplo. Las marcas son propiedad de sus titulares conforme a la legislación aplicable, estas se utilizan con fines académicos y didácticos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o de patrocinio”.