



Marketing Automation

Guía para el profesor
Clave LTMD2209
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.....	10
Preguntas más frecuentes.....	10
Guía para las sesiones.....	11
Anexo 1. Banco de prácticas de bienestar.....	21
Anexo 2. Rúbrica de Avance de evidencia.....	32
Anexo3. Rúbrica de Evidencia Final.....	35

Datos generales de la materia

Nombre de la materia: Marketing Automation

Nivel: Profesional

Clave: LTMD2209

Competencia

Desarrolla estrategias de automatización del marketing que ayuden a la empresa a ser más productiva y eficiente, automatizando procesos para mejorar la comunicación y las ventas.

Introducción

La automatización del marketing surge de la evolución del marketing digital. Hoy en día se le considera la principal metodología para aprovechar al 100 % los recursos tecnológicos, ampliar las oportunidades de venta de las empresas e impulsar su desarrollo y presencia digital.

En esta experiencia educativa conocerás los fundamentos de la automatización de marketing y los conceptos principales que se deben considerar antes de implementar esta metodología. Asimismo, sabrás cómo elaborar un plan de implementación de marketing automation y conocerás las principales herramientas que puedes emplear para optimizar los procesos de marketing y ventas de una empresa.

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 evidencias.

Durante el desarrollo de la materia, 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 evidencias, quizzes y la certificación 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, evidencia o la certificación, puedes contactar a tu docente a través de los medios que te indique.

Bibliografía de apoyo y certificaciones

Cheshire, C. (2020). *Marketing Automation Unleashed: The Strategic Path for B2B Growth*. Estados Unidos: Advantage.

ISBN-10: 1599327384

ISBN-13: 978-1599327389

Para esta materia deberás estudiar el siguiente curso para obtener la **certificación** correspondiente:

HubSpot Academy. (2021). *Software de Marketing*. Recuperado de <https://app.hubspot.com/academy/20108091/tracks/5/intro?language=ES>

Evaluación

La evaluación es una combinación de los siguientes elementos:

- Dos actividades distribuidas en 4 semanas.
- Dos quizzes distribuidos en 4 semanas
- Evidencias con el que el participante demostrará que adquirió las habilidades y los conocimientos requeridos para acreditar la materia (Avance de evidencia, semana 2 y Evidencia final, semana 4).
- La acreditación de una certificación en la semana 4.

A continuación, puedes revisar el detalle de la evaluación de esta materia:

Evaluable	Ponderación
Actividad 1	10
Avance evidencia	25
Quiz 1	4
Actividad 2	10
Quiz 2	4
Evidencia final	40
Certificación	7

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

Las actividades, las evidencias y la certificación 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 es una combinación de los siguientes elementos:

Actividades	Proyecto	Certificación
Actividad 1	Avance de evidencia	Certificación HubSpot
Actividad 2	Evidencia final	
Quiz 1		
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 y de acuerdo con el calendario de entregas.

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

Para llevar a cabo la certificación, se accederá al sitio web de HubSpot (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 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.

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 de materias, 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!

Calendario de entregas de los aprendedores

Semana	Elementos (agenda)	Duración por hora
1	Actividad 1	8
2	Avance de evidencia Quiz 1	26
3	Actividad 2 Quiz 2	8
4	Evidencia final Certificación	30 10

Temario de la materia

Tema 1. Marketing Automation

- 1.1 ¿Qué es marketing automation?
- 1.2 Beneficios principales
- 1.3 Ejemplos de estrategias de automatizaciones eficaces
- 1.4 Conceptos principales de marketing automation

Tema 2. Plan de Marketing Automation

- 2.1 Customer journey
- 2.2 Buyer persona
- 2.3 Social Listening Research
- 2.4 Canales de tráfico y comunicación
- 2.5 Pasos para automatizar el marketing digital
- 2.6 Auditoría de prácticas actuales

Tema 3. CRM (Customer Relationship Management)

- 3.1 Qué es y cómo funciona
- 3.2 Consejos para seleccionar un CRM
- 3.3 Introducción y alta de Hubspot CRM
- 3.4 ¿Cómo crear campañas?
- 3.5 ¿Cómo capturar leads?
- 3.6 Llamados a la acción

Tema 4. Lead Scoring y Lead Nurturing

- 4.1 ¿Por qué calificar leads?
- 4.2 Tipos de Lead Scoring
- 4.3 Hubspot Lead Scoring
- 4.4 Lead Nurturing
- 4.5 Ejemplos principales de Lead Nurturing
- 4.6 Captación de leads pagados y orgánicos
- 4.7 Remarketing y publicidad programática

Tema 5. Herramientas para automatización de marketing I

- 5.1 Herramientas de email marketing
- 5.2 Guía de Active Campaign y cómo crear una campaña
- 5.3 Guía Mailchimp y cómo crear una campaña
- 5.4 Zappier y cómo utilizar los conectores para la automatización
- 5.5 Google Marketing Platform: Google Analytics, Data Studio, Optimize, Surveys, Tag Manager, Campaign Manager
- 5.6 Automatización de reportes con Data Studio
- 5.7 Etiquetado de páginas con Google Tag Manager
- 5.8 Herramientas para creación de Landing pages
- 5.9 Push notifications y SMS
- 5.10 Herramientas de Inbound Marketing y contenidos
- 5.11 Herramientas para redes sociales
- 5.12 Herramientas para atención al cliente
- 5.13 Herramientas de pagos
- 5.14 Herramientas de Chatbots

Tema 6. Funnels de Conversión

- 6.1 Qué es y cómo funciona un funnel
- 6.2 Principales etapas de funnel
- 6.3 Tipos de funnels
- 6.4 Creación de contenidos y lead magnets para alimentar los funnels
- 6.5 Formularios, CTA y landing pages

Tema 7. Automatización y Programación para Marketing

- 7.1 Introducción a la automatización
- 7.2 Introducción a la programación web
- 7.3 Aplicación de la automatización al Growth Hacking y al Marketing Digital
- 7.4 Automatización avanzada mediante scripting
- 7.5 Introducción a Python

Tema 8. Tendencias de Marketing Automation

- 8.1 Inteligencia artificial
- 8.2 Machine Learning
- 8.3 Fundamentos de Lenguaje Natural (NLP)
- 8.4 Programación de asistentes virtuales y smart speakers
- 8.5 Uso de pixeles

Herramientas

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

Preguntas más frecuentes

¿En dónde o a quién reporto un error detectado en el contenido de la materia?

Lo puedes reportar a la cuenta atencioncursos@servicios.tecmilenio.mx, también puedes compartir sugerencias para el contenido y actividades de la materia.

¿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
Bienvenida y presentación de agenda.	El profesor se presenta ante el grupo y da una breve introducción a la materia.	5 minutos.
Práctica de bienestar.	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.
Desarrollo de temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplicación en contextos reales (Introducción). ○ Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos. 	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.
Receso.	Se brindará un espacio de receso para que el aprendedor lo utilice a su beneficio.	10 minutos.

Bloque 2

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

ejercicios prácticos.		
Receso.	Se brindará un espacio de receso para que el aprendedor lo utilice a su beneficio.	10 minutos.

Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
Recapitulación de lo realizado en el bloque previo.	El profesor recapitulará de manera dinámica lo realizado en el bloque previo.	10 minutos.
Desarrollo de temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> ○ Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos. ○ Cierre de temas. 	El profesor explicará a los aprendedores los contenidos con ejercicios prácticos y realizará un cierre de los temas correspondientes.	25 minutos.
Explicación de lo siguiente que deberá realizarse fuera de la sesión: <ul style="list-style-type: none"> • Actividad 1. • Certificación de HubSpot. 	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"> • La actividad 1 se entrega en la semana 1. • 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. 	15 minutos.

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

Para esta actividad, los aprendedores recibirán un correo al registrarse en el portal de HubSpot y llevarán a cabo los pasos necesarios para la Certificación de Software de Marketing de HubSpot. Esta certificación comprende 14 lecciones, por lo que se recomienda comentarles sobre esto desde la primera sesión para que administren su tiempo. Si presentan y aprueban el examen de certificación obtendrán 7 puntos; si presentan el examen, pero no lo aprueban, obtendrán 4 puntos; y si no presentan el examen y por tal, no lo aprueban, serán acreedores a 0 puntos.

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

En este tema, los aprendedores serán introducidos a la metodología de marketing automation. Se aconseja explicar que a lo largo del módulo se revisarán las técnicas, herramientas y tendencias de la automatización de marketing para dar una perspectiva completa de los subtemas que se revisarán.

Con el fin de reforzar el papel del ser humano en el control de la tecnología aplicada al marketing digital, conviene reiterar a los aprendedores, que la automatización de marketing es una metodología ejecutada, supervisada y evaluada por personas.

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

En este tema se abordan con más detalle los conceptos básicos de marketing involucrados en la automatización, como el *customer journey*, *paint points*, buyer persona, entre otros, que se mencionan frecuentemente a lo largo del módulo. Por este motivo, se aconseja realizar ejercicios prácticos para asegurarse de que los aprendedores los comprendan y puedan trasladarlos a la vida real.

Poner especial atención en que los aprendedores han entendido el significado y estructura del público objetivo y lo saben diferenciar del perfil de buyer persona. Son términos que pese a ser diferentes, se suelen confundir.

Es recomendable detenerse un poco más en el subtema correspondiente al *social listening research* y dejar claro que este proceso es completamente diferente al de hacer una campaña de publicaciones en redes sociales. Mientras que el primero se refiere a realizar una investigación en redes sociales para determinar la reputación de la marca, el segundo es una técnica de marketing que se puede automatizar con herramientas digitales.

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

En este tema los aprendedores conocerán los fundamentos de CRM, principales funcionalidades y aplicaciones, por lo que será necesario abordar su importancia considerándolo más que una herramienta de software, como una estrategia que complementa a la medida, las actividades del equipo de marketing de una empresa.

Al ver al CRM como una estrategia, los aprendedores comprenderán mejor su papel en la automatización de la gestión de leads, comunicación con los clientes y administración del proceso de ventas, tres ejes principales de la funcionalidad del CRM.

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

Al revisar los temas de *lead nurturing* y *lead scoring*, es importante que los aprendedores comprendan a qué se refiere cada estrategia, sus diferencias y cuál se implementa primero y por qué. Para conseguirlo, se sugiere que realicen ejercicios aplicándolos a situaciones reales donde expliquen cómo estas dos técnicas contribuyen a mejorar la gestión de leads.

En el subtema sobre tipos de lead scoring, es importante que los aprendedores diferencien el unidimensional y multidimensional. Se sugiere que realicen ejercicios para elaborar desde cero un lead scoring con múltiples dimensiones, con el fin de que sean capaces de dimensionar un análisis más robusto de los leads, tal como si lo hiciera una herramienta informática.

Sobre el subtema de lead nurturing, se aconseja recalcar la relevancia a considerar los cinco pasos del proceso que culmina con la etapa de fidelización, ya que, al ser un proceso enfocado en el cliente, saltarse un eslabón implicaría errar en la estrategia con la que se desea impulsar conversiones.

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

La actividad 1 está diseñada para ser elaborada en 8 horas. Se recomienda explicar su contenido y la forma de realizarla a la par que se explican los temas 1 al 4, para que el aprendedor tome en cuenta que deberá realizarla y entregarla esta misma semana.

Semana 2

Bloque 1

Actividad	Descripción	Duración
Bienvenida y presentación de agenda.	El profesor se presenta ante el grupo y da una breve introducción a la materia.	5 minutos.
Práctica de bienestar.	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.
Desarrollo de temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplicación en contextos reales (Introducción). ○ Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos. 	El profesor explicará a los aprendedores los contenidos con ejercicios prácticos.	40 minutos.
Receso.	Se brindará un espacio de receso para que el aprendedor lo utilice a su beneficio.	10 minutos.

Bloque 2

Actividad	Descripción	Duración
Resumen de lo realizado en el bloque anterior.	El profesor resumirá de manera dinámica lo realizado en el bloque anterior.	5 minutos.
Desarrollo de temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> ○ Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos. 	El profesor explicará a los aprendices los contenidos con ejercicios prácticos.	45 minutos.
Reposo.	Se brindará un espacio de reposo para que el aprendiz lo utilice a su beneficio.	10 minutos.

Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
Resumen de lo realizado en el bloque anterior.	El profesor resumirá de manera dinámica lo realizado en el bloque anterior.	5 minutos.
Desarrollo de temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> ○ Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos. ○ Cierre de temas. 	El profesor explicará a los aprendices los contenidos con ejercicios prácticos y realizará un cierre de los temas correspondientes.	35 minutos.
Explicación de lo siguiente que deberá realizarse fuera de la sesión: <ul style="list-style-type: none"> • Avance de evidencia. • Quiz 1. 	Se explicará en qué consiste el avance de evidencia, así como el contenido y la forma de responder el quiz 1. Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • El avance de evidencia se entrega en la semana 2. • El quiz 1 se presenta en la semana 2. 	10 minutos.

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

Antes de finalizar la revisión de este tema, es recomendable que los aprendedores realicen un concentrado de herramientas de automatización de marketing, con la finalidad de que distingan las cualidades de cada una en cuanto a funcionalidades y beneficios que ofrecen para optimizar las acciones de marketing digital que normalmente se hacen a mano.

Para que los aprendedores tengan un mejor acercamiento a estas herramientas, se sugiere solicitarles que creen cuentas gratuitas e inicien un proyecto ficticio para que experimenten por sí mismos cómo se trabaja con ellas, aunque sean cuentas limitadas

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

En este tema es importante que los aprendedores conozcan y comprendan los principales tipos de funnels de conversión, para ello, se sugiere darles las pautas para construir un funnel de forma manual (dejándolos escoger entre los tres tipos de embudos que se revisan en este tema).

Como ejercicio, los aprendedores pueden crear una cuenta gratuita en alguna de las herramientas con las que se diseñan diferentes tipos de embudos y pedirles la entrega de uno personalizado. Esto les permitirá entrar en contacto con las plataformas que normalmente usan las empresas que optimizan la creación de sus embudos de ventas.

Las actividades prácticas que se realicen sobre este tema ayudarán a afianzar el conocimiento sobre la construcción de embudos de ventas y la comprensión de su importancia en la implementación de marketing automation.

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

El avance de evidencia está diseñado para ser elaborado en 26 horas. Se recomienda explicar su contenido y la forma de realizarlo a la par que se explican los temas 1 al 4. Tiene una visión más integradora que la actividad 1, por lo que se considera importante que el aprendedor la elabore una vez que termine los temas del 1 al 4, la actividad 1 y el quiz 1.

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
Bienvenida y presentación de agenda.	El profesor da una breve bienvenida y presenta la agenda de la sesión.	5 minutos.
Práctica de bienestar.	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.

Desarrollo de temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplicación en contextos reales (Introducción). ○ Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos. 	El profesor explicará a los aprendedores los contenidos con ejercicios prácticos.	40 minutos.
Receso.	Se brindará un espacio de receso para que el aprendedor lo utilice a su beneficio.	10 minutos.

Bloque 2

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

Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
Recapitulación de lo realizado en el bloque previo.	El profesor recapitulará de manera dinámica lo realizado en el bloque previo.	10 minutos.

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

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

Es importante que los aprendedores comprendan el impacto que tiene la automatización al interior de las empresas, por lo que es conveniente hacer un ejercicio de retrospectiva donde visualicen con hechos cómo ha cambiado el concepto de cliente y empresa a raíz del incremento de las compras por internet.

Sobre el subtema de programación de marketing, conviene enfatizar que con el avance de la metodología de marketing automation, el perfil de un profesional en marketing se transformará y será necesario contar con personas que tengan conocimientos en programación básica por lo menos, para hacerle frente a los retos que enfrentan las empresas con cada revolución tecnológica.

En el subtema de growth hacking conviene recalcar que, si bien, es una metodología que se ocupa para acelerar el crecimiento de las empresas, requiere de pruebas de ensayo y error, hasta encontrar la solución perfecta para una problemática en particular. Es decir, los aprendedores deben tener claro que el uso de estrategias automatizadas de growth hacking requiere de un análisis minucioso de las situaciones que detienen el vuelo de las empresas y que no se trata de hacer pruebas a diestra y siniestra.

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

En este tema conviene reforzar con los aprendedores que la inteligencia artificial es el universo más amplio y que de él derivan el machine learning y el lenguaje natural NLP, ya que, es común que se confundan los términos, se crea que son entidades separadas o que el concepto principal es el aprendizaje de las máquinas.

Para hacer el ejercicio de identificar cómo la inteligencia artificial de ahora puede establecer una interacción más "humana" con el usuario, se pueden hacer ejercicios con chatbots alojados en distintas páginas web. Al final, los aprendedores opinarán qué tan cercana les pareció la asistencia con un chat automatizado y podrán mencionar qué le falta por desarrollar a esta tecnología que cada vez se acerca más a las personas y sus necesidades.

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

La actividad 2 está diseñada para ser elaborada en 8 horas. Se recomienda explicar su contenido y la forma de realizarla a la par que se explican los temas 5 al 8 y que el aprendedor tome en cuenta que deberá entregarla esta semana.

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
Bienvenida y presentación de agenda.	El profesor da una breve bienvenida y presenta la agenda de la sesión.	5 minutos.
Práctica de bienestar.	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.
Integración del contenido: <ul style="list-style-type: none"> ○ Explicación de los temas vistos hasta el momento con una visión integral y práctica. 	El profesor brindará una visión integral de los temas expuestos hasta el momento, explicando con ejercicios prácticos.	40 minutos.
Receso.	Se brindará un espacio de receso para que el aprendedor lo utilice a su beneficio.	10 minutos.

Bloque 2

Actividad	Descripción	Duración
Recapitulación de lo realizado en el bloque previo.	El profesor recapitulará de manera dinámica lo realizado en el bloque previo.	10 minutos.

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

Bloque 3

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

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

La evidencia final está diseñada para ser elaborada en 30 horas. Se recomienda explicar su contenido y la forma de realizarlo a la par que se explican los temas 5 al 8. Tiene una visión más integradora que la actividad 1 y 2, por lo que se considera importante que el aprendedor la elabore una vez que termine los temas del 5 al 8, la actividad 2 y el quiz 2.

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

Una vez revisadas las 12 lecciones correspondientes a la certificación de HubSpot, el aprendedor presentará el examen final. Si aprueba el examen obtendrá 7 puntos; si presenta el examen, pero no lo aprueba, obtendrá 4 puntos; y si no presenta el examen será acreedor a 0 puntos.

Anexo 1. Banco de prácticas de bienestar

Práctica 1

Nombre de la práctica	Un momento para respirar
Descripción de la práctica	Aprender a respirar por nariz y a tranquilizar tu mente.
Palabras clave	Fortalezas de carácter, y autorregulación.
Instrucciones para el aprendedor	<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"> 1. Toma 2 minutos de tu tiempo, siéntate en un lugar cómodo, donde no haya mucho ruido que te pueda distraer. 2. Escucha música de relajación (crea tu propio ambiente de meditación). 3. Comienza a respirar y exhalar por nariz. Trata de que tu respiración y exhalación dure el mismo tiempo. 4. Fija tu mente en tu respiración, en cómo entra y sale el aire de tu cuerpo. Así durante dos minutos. <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 respiración y meditación todos los días, y poco a poco vas aumentando los minutos de este.</p>
Fuente	Conferencia Rosalinda Ballesteros.

Práctica 2

Nombre de la práctica	Fomentando la atención plena
Descripción de la práctica	Llevarás a cabo breves ejercicios de meditación para fomentar la atención plena en tus actividades diarias.
Palabras clave	Atención plena, fortalezas de carácter, autorregulación.
Instrucciones para el aprendizador	<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"> 1. Haz tres respiraciones profundas por nariz y exhala por nariz. 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? 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? <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>
Fuente	Fuente: http://talentdevelop.com/articles/Page8.html

Práctica 3

Nombre de la práctica	Experiencias difíciles
Descripción de la práctica	En esta práctica podrás analizar las estrategias que seguiste para afrontar problemáticas y cómo aprendiste de tales sucesos.
Palabras clave	Resiliencia.
Instrucciones para el aprendizador	<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"> 1. Crea una tabla con tres columnas y cinco filas. 2. En la primera columna escribe un evento difícil o desagradable al que te hayas enfrentado en tu vida. 3. En la segunda columna menciona cuáles son tus creencias sobre esa adversidad. 4. En la tercera columna describe las consecuencias que tiene esa creencia. 5. Cuando termines, lee toda la tabla y reflexiona sobre cómo te ha cambiado cada evento, y cómo lo enfrentaste. 6. Escribe al final, ¿cómo enfrentarías cada evento hoy en día?
Fuente	<ul style="list-style-type: none"> • Metodología ABC. • Fundamentos de psicología positiva.

Práctica 4

Nombre de la práctica	Concentrarse en lo positivo
Descripción de la práctica	Analizarás sucesos que te hayan ocurrido recientemente, buscando orientar el análisis hacia las consecuencias positivas.
Palabras clave	Resiliencia y esperanza.
Instrucciones para el aprendiz	<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"> 1. Piensa en una noticia reciente que hayas recibido y que creas es negativa para ti. 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. 3. Reflexiona sobre los tres escenarios, ¿cómo enfrentarías a cada uno de ellos? <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>
Fuente	Seligman, M. (2011). <i>Building Resilience</i> . Recuperado de https://hbr.org/2011/04/building-resilience

Práctica 5

Nombre de la práctica	Crecimiento postraumático
Descripción de la práctica	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.
Palabras clave	Resiliencia.
Instrucciones para el aprendiz	<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"> 1. Escribe acerca de un momento en el que enfrentaste una adversidad significativa o pérdida. 2. Primero escribe acerca de las puertas que se te cerraron debido a esa adversidad o pérdida, ¿qué perdiste? 3. Después escribe acerca de las puertas que se abrieron al termino o como secuela de esa adversidad o pérdida. 4. ¿Hay nuevas maneras de actuar, pensar, o relacionarse que son más probables de suceder ahora?
Fuente	<ul style="list-style-type: none"> • 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.

Práctica 6

Nombre de la práctica	La mejor versión de ti mismo
Descripción de la práctica	Escribe durante por lo menos 20 minutos acerca de la mejor versión posible de ti mismo.
Palabras clave	Emociones positivas, fortalezas de carácter, autorregulación y esperanza.
Instrucciones para el aprendiz	<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"> • ¿Cómo es esa mejor versión de ti mismo? • ¿Qué hace él o ella cotidianamente? • ¿Qué dicen los demás acerca de él o ella? <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>
Fuente	<ul style="list-style-type: none"> • 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.

Práctica 7

Nombre de la práctica	Obtener lo que quieres
Descripción de la práctica	Reflexionarás sobre alguna meta que desees alcanzar y propondrás una forma de conseguirla.
Palabras clave	Logro, involucramiento, fortalezas de carácter, esperanza, autorregulación, metas y objetivos a largo plazo.
Instrucciones para el aprendizador	<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"> 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). 2. ¿Qué te impide que lo tengas en este momento? 3. ¿Qué sufrimiento estás experimentando en tu vida por no tenerlo en este momento? 4. ¿Qué placer, involucramiento, relación, significado o logro tendrías en tu vida si tuvieras eso en este momento? 5. ¿Qué hábitos te detienen o no te dejan avanzar hacia eso que quieres? 6. ¿Qué nuevos hábitos podrías generar para ayudarte a obtener lo que quieres? 7. ¿Qué dos cosas podrías hacer para romper con los hábitos que no te permiten avanzar hacia lo que quieres y generar hábitos nuevos? 8. ¿Te comprometes a hacer esas dos cosas? Si es así, ¿cuándo las harás? <p>Escribe tus resultados en un sitio donde puedas verlos constantemente.</p>
Fuente	<ul style="list-style-type: none"> • 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.

Práctica 8

Nombre de la práctica	Felicidad en el trabajo
Descripción de la práctica	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.
Palabras clave	Involucramiento, emociones y relaciones positivas.
Instrucciones para el aprendiz	<p>Elegir conscientemente maneras de incrementar la felicidad en el trabajo puede hacer la diferencia en cómo nosotros nos sentimos y que tan bien nos 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"> • Dar. ¿Cómo estoy apoyando a mis colaboradores, compañeros, líderes, proveedores y clientes? • Relaciones. ¿Cómo puedo mejorar mis relaciones en el trabajo? ¿Cómo logro un balance entre la vida laboral y familiar? • Ejercicio. ¿Cómo puedo integrar la actividad física dentro de mis actividades diarias? ¿Cómo aseguro que estoy comiendo bien y descansando lo suficiente? • Conciencia. ¿Cómo puedo construir momentos de atención plena en mi día laboral? • Ensayo. ¿Qué habilidades estoy construyendo? ¿Qué cosas nuevas he experimentado? • Dirección. ¿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? • Resiliencia. ¿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? • Emoción. ¿Qué cosas, aunque sean pequeñas, puedo encontrar que me pueden hacer sentir

Fuente	bien en mi trabajo hoy? ¿Qué me ha hecho sonreír? Tomado de Catálogo de actividades para profesores.
--------	---

Práctica 9

Nombre de la práctica	Interacciones positivas
Descripción de la práctica	Reflexionarás sobre las cualidades positivas que aprecias de las personas con las que interactúas diariamente.
Palabras clave	Relaciones positivas.
Instrucciones para el aprendiz	<p>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.</p> <p>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.</p> <ol style="list-style-type: none"> 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? <p>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 aprecies, así como los momentos agradables que han compartido.</p> <p>Piensa en estas declaraciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Realmente me encanta cuando ellos...” • “Son tan buenos para...” • “Viéndolos hacer..., me recuerda ese fantástico día cuando nosotros...” <p>Aunque realizar dicho análisis con todas las personas que conoces resulta poco práctico, puedes usar los</p>

	<p>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.</p>
Fuente	Basado en Catálogo de actividades para profesores.

Práctica 10

Nombre de la práctica	Tus fortalezas en los ojos del otro
Descripción de la práctica	En la práctica podrás reflexionar sobre la percepción que otros tienen sobre tus fortalezas de carácter.
Palabras clave	Fortalezas de carácter.
Instrucciones para el aprendiz	<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"> 1. Piensa sobre alguna vez que algún compañero de trabajo te compartió lo que piensa de ti y que te haya sorprendido. 2. Piensa, ¿qué fue lo que te llamó más la atención?, ¿qué fortalezas vio en ti que pensaste no tenías tan desarrolladas? 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.
Fuente	Niemic, R. (2016). How to Assess Your Strengths: 5 Tactics for Self-Growth. Recuperado de https://www.psychologytoday.com/blog/what-matters-most/201603/how-assess-your-strengths-5-tactics-self-growth?platform=hootsuite

Práctica 11

Nombre de la práctica	Plantea tus objetivos como metas de aproximación y replantea tus metas de evitación
Descripción de la práctica	Con base a lo que plantea Grenville, en la práctica podrás definir diferentes tipos de metas y encontrar la mejor manera de conseguirlas.
Palabras clave	Objetivos, metas y planes.
Instrucciones para el aprendizador	<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>1. Metas de aproximación (approach): Son las metas con resultados positivos (deseables, placenteros, benéficos o que nos gustaría tener), y hacia las cuales trabajamos.</p> <p>2. Metas de evitación (avoidance): Son las metas con resultados negativos (indeseables, dolorosos, dañinos, o nos disgustan), y en las cuales trabajamos para evitarlas.</p> <p>Ejemplo:</p> <p>Meta de aproximación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser más eficiente. • Ser amigable y extrovertido en reuniones. • Asumir el rol de líder en el trabajo. <p>Meta de evitación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dejar de aplazar. • Dejar de ser tan tímido en las reuniones. • No pasar desapercibido en el trabajo. <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"> • ¿Qué tipo de metas te has planteado tú? • ¿Hay algunas metas que puedas replantear en una forma más positiva? • ¿Cuándo las tendrás listas?
Fuente	Secretos para el establecimiento de metas, tomado de: http://positivepsychologynews.com/news/bridget-grenville-cleave/2012013120696

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%	
1. Elección de empresas.	20 - 17	16 - 14	13 - 0	20
Elige una empresa específicamente B2B y otra B2C. Estas son conocidas a nivel nacional y están dentro del top 10 de empresas más exitosas de México.	Elige una empresa específicamente B2B y otra B2C, y estas son conocidas a nivel nacional.	Elige una empresa específicamente B2B y otra B2C.		
2. Investigación de las empresas.	20 - 17	16 - 14	13 - 0	20
Define los siguientes aspectos de cada empresa: - Antecedentes de crecimiento. - Productos o servicios. - Propuestas de valor diferenciales. - Por qué son B2B y B2C. - Calificación de la empresa en Google. - Valoraciones desde la actualidad a 3 meses atrás sobre productos, servicio al cliente y precios.	Define los siguientes aspectos de cada empresa: - Antecedentes de crecimiento. - Productos o servicios. - Propuestas de valor diferenciales. - Por qué son B2B y B2C. - Calificación de la empresa en Google.	Define los siguientes aspectos de cada empresa: - Antecedentes de crecimiento. - Productos o servicios. - Propuestas de valor diferenciales. - Por qué son B2B y B2C. - Calificación de la empresa en Google.		

	<p>Explica cuáles son las características del público objetivo de cada empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Demográficas. - Personales. - Comportamiento digital. - Comportamiento de compra. 			
3. Sobre el funnel de conversión.	20 - 17	16 - 14	13 - 0	20
	Hace la propuesta del funnel de conversión de acuerdo con el proceso de venta que realiza cada empresa, considerando cualquiera de los funnels: AIDA, por altura, pirata o uno propio, desarrollando cada fase.	Hace la propuesta del funnel de conversión de acuerdo con el proceso de venta que realiza cada empresa, considerando cualquiera de los funnels: AIDA, por altura, pirata o uno propio.	Hace la propuesta del funnel de conversión de acuerdo con el proceso de venta que realiza cada empresa.	
4. Estrategias de marketing automation a implementar.	20 - 17	16 - 14	13 - 0	20
	<p>Especifica por lo menos tres estrategias que favorecen los procesos de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adquisición y gestión de leads. - Aumento en las conversiones. - Mantenimiento y cultivo de clientes. 	<p>Especifica por lo menos dos estrategias que favorecen los procesos de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adquisición y gestión de leads. - Aumento en las conversiones. 	Especifica una estrategia que favorece el proceso de adquisición y gestión de leads.	
5. Implementación de estrategias.	20-17	16-14	13 - 0	20
	<p>Crea el plan de implementación de estrategias de acuerdo con los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Procesos a automatizar. 	<p>Crea el plan de implementación de estrategias de acuerdo con los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Procesos a automatizar. 	<p>Crea el plan de implementación de estrategias de acuerdo con los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Procesos a automatizar. 	

	<ul style="list-style-type: none"> - La meta que se buscaría alcanzar con su aplicación. - Canales de tráfico por fortalecer. - Herramientas requeridas para automatizar cada una de las acciones propuestas. - Orden para la implementación de estas estrategias y su justificación. - Fase del funnel de conversión (previamente definido), en la que se pueden aplicar las estrategias presentadas, justificando esta asignación. 	<ul style="list-style-type: none"> - La meta que se buscaría alcanzar con su aplicación. - Canales de tráfico por fortalecer. - Herramientas requeridas para automatizar cada una de las acciones propuestas. - Orden para la implementación de estas estrategias y su justificación. 	<ul style="list-style-type: none"> - La meta que se buscaría alcanzar con su aplicación. - Canales de tráfico por fortalecer. - Herramientas requeridas para automatizar cada una de las acciones propuestas. 	
TOTAL				100%

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%	
1. Diagnóstico de las problemáticas de las empresas.	15- 14 puntos	13- 11 puntos	10 - 0 puntos	15
	<p>Analiza la totalidad de las situaciones negativas por las que pasa cada empresa.</p> <p>Elabora dos diagnósticos, en los que incluye todos los escenarios por mejorar.</p> <p>El análisis se realiza desde la perspectiva B2B y B2C, según corresponda.</p>	<p>Analiza el 80% de la totalidad de las situaciones negativas por las que pasa cada empresa.</p> <p>Elabora dos diagnósticos, en los que incluye el 80% de los escenarios por mejorar.</p> <p>El análisis se realiza incompleto desde la perspectiva B2B y B2C, según corresponda.</p>	<p>Analiza el 50% de la totalidad de las situaciones negativas por las que pasa cada empresa.</p> <p>Elabora dos diagnósticos, en los que incluye el 50% de los escenarios por mejorar.</p> <p>El análisis se realiza con errores frecuentes desde la perspectiva B2B y B2C, según corresponda.</p>	
2. Definición de las estrategias y herramientas.	15-14 puntos	13-11 puntos	10-0 puntos	15
	<p>Elige las estrategias de marketing automation ideales para mejorar cada una de las problemáticas, por lo menos una por escenario.</p> <p>Desarrolla las estrategias a implementar incluyendo una</p>	<p>Elige las estrategias de marketing automation ideales para mejorar el 80% de las problemáticas, por lo menos una por escenario.</p> <p>Desarrolla de manera incompleta las estrategias a implementar incluyendo una</p>	<p>Elige las estrategias de marketing automation ideales para mejorar el 50% de las problemáticas, por lo menos una por escenario.</p> <p>Desarrolla con errores frecuentes las estrategias a implementar incluyendo una</p>	

	herramienta o más que ayude a automatizar las actividades.	herramienta o más que ayude a automatizar las actividades.	herramienta o más que ayude a automatizar las actividades.	
3. Planeación de la implementación de estrategias y herramientas.	20-16 puntos	15-11 puntos	10-0 puntos	20
	<p>Elabora un documento de planeación de estrategias para cada empresa que incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Priorización de las estrategias. • Justificación del orden de implementación. • Resultados esperados tras implementarlas. • Forma de evaluar resultados. • 	<p>Elabora un documento de planeación de estrategias para cada empresa que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Priorización de las estrategias. • Justificación del orden de implementación. 	<p>Elabora un documento de planeación de estrategias para cada empresa que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Priorización de las estrategias. 	
4. Resultados.	30-26 puntos	25-21 puntos	20-0 puntos	30
	<p>Considera en la presentación de resultados:</p> <p>Una reflexión sobre la experiencia en la automatización de los procesos que estaban siendo afectados.</p> <p>Diferencias entre la implementación de estrategias en las empresas B2B y B2C.</p> <p>Aspectos clave a considerar en la automatización de marketing para cada caso.</p>	<p>Considera en la presentación de resultados:</p> <p>Una reflexión sobre la experiencia en la automatización de los procesos que estaban siendo afectados.</p> <p>Diferencias entre la implementación de estrategias en las empresas B2B y B2C.</p>	<p>Considera en la presentación de resultados:</p> <p>Una reflexión sobre la experiencia en la automatización de los procesos que estaban siendo afectados.</p> <p>Diferencias entre la implementación de estrategias en las empresas B2B y B2C.</p>	

	Similitudes que encontró entre la intervención en una y otra empresa.	Aspectos clave a considerar en la automatización de marketing para cada caso.		
5. Reflexión.	20-16 puntos	15-11 puntos	10-0 puntos	
	<p>Menciona dentro de su reflexión los siguientes puntos:</p> <p>El funcionamiento de las estrategias de marketing automation consideradas para cada empresa, tomando en cuenta que la naturaleza de los clientes es distinta.</p> <p>Explica cómo hubiera podido enriquecer la actividad al sumar más pasos o acciones.</p> <p>Propone qué otras estrategias de marketing automation podrían implementar las empresas para complementar los beneficios que se obtienen de las primeras.</p>	<p>Menciona dentro de su reflexión los siguientes puntos:</p> <p>El funcionamiento de las estrategias de marketing automation consideradas para cada empresa, tomando en cuenta que la naturaleza de los clientes es distinta.</p> <p>Explica cómo hubiera podido enriquecer la actividad al sumar más pasos o acciones.</p>	<p>Menciona dentro de su reflexión los siguientes puntos:</p> <p>El funcionamiento de las estrategias de marketing automation consideradas para cada empresa, tomando en cuenta que la naturaleza de los clientes es distinta.</p>	20
TOTAL				100%

"Tecnológico 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".

Todos los derechos reservados @ Universidad Tecnológico La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECNOLÓGICO), 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 TECNOLÓGICO. 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 TECNOLÓGICO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educativo 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.