



Inteligencia de Mercados

(Modalidad Connect)

Guía para el profesor
Clave MSIM2101
Nivel Maestría

Contenido

Datos generales del certificado	3
Competencia global del certificado.....	3
Competencias transversales.....	3
Competencias por módulo.....	3
Introducción al certificado	4
Información general programada en el certificado.....	4
Calendario de entregas de los aprendedores	9
Temario del certificado.....	10
Herramientas	15
Preguntas más frecuentes.....	15
Guía para las sesiones	16
Banco de prácticas de bienestar	42

Datos generales del certificado

Nombre del certificado: Inteligencia de Mercados

Nivel: Maestría

Modalidad: Connect

Clave: MSIM2101

Competencia global del certificado

Implementa diferentes técnicas de investigación de mercados a través de la recopilación, análisis y aplicación de la información del cliente y de los mercados en donde se desenvuelve, con la finalidad de generar estrategias exitosas y efectivas de mercadotecnia que incrementen el posicionamiento, la participación de mercado, el lanzamiento de productos y servicios competitivos, así como la aplicación de tecnologías de información.

Competencias transversales (que deben desarrollarse a lo largo de todo el certificado)

Identifica los factores que afectan el comportamiento del consumidor durante todo el proceso de compra, a través de técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación de mercados, que generen información relevante para la toma de decisiones de las organizaciones.

Conoce diferentes herramientas de inteligencia de mercados para la implementación de tableros dinámicos que permitan generar valor a la información obtenida en los estudios de dichos mercados.

Competencias por módulo

Competencias de módulo 1

- Identifica los factores que impactan en el comportamiento del consumidor, en su segmentación, así como en la detección de necesidades, hábitos, cultura y motivaciones que se tienen durante el proceso de compra.

Competencias de módulo 2

- Planea, diseña y aplica diferentes métodos cuantitativos y cualitativos de investigación de mercados, que permitan conocer la información necesaria para el desarrollo de estrategias exitosas de mercadotecnia.

Competencias de módulo 3

- Identifica las principales características y beneficios de la aplicación de tecnología, a través de estrategias de exploración de datos mediante herramientas de inteligencia de negocios.

Introducción al certificado

Las empresas exitosas son aquellas que logran adaptarse a los gustos y necesidades de sus consumidores para generar ofertas de bienes y servicios apegados a dichos requerimientos, de forma que los satisfagan mejor que los competidores, pero ¿qué implica lograrlo?

Existen tres procesos claves que una organización debe llevar a la práctica para hacerlo realidad.

El primero consiste en entender la manera en que las personas toman decisiones de compra y cómo los distintos factores personales y sociales van influenciando la elección final para satisfacer sus deseos. Inicia desde que los consumidores se percatan que tienen una necesidad por resolver, y cierra cuando evalúan lo que compraron. Es un proceso apasionante y entenderlo te permitirá encontrar distintas maneras de diferenciar tu marca buscando ser exitosa.

Mientras que el primer proceso se lleva a cabo en la mente del consumidor para decidir una compra, y puede ser similar entre los individuos, aunque los resultados finales sean muy diferentes; el segundo proceso clave para una organización consiste en estudiar y analizar los gustos y preferencias particulares de los grupos de consumidores específicos a los que desea dirigir su oferta de productos o servicios. Hacerlo permitirá comprender qué lo motiva a comprar y qué necesidades no está logrando satisfacer; con esa información, la generación de estrategias de mercadotecnia será más eficiente. Para hacerlo existen muchas herramientas de investigación de mercados que son de utilidad.

Finalmente, el tercer proceso implica voltear a ver otras fuentes de información, como los resultados de la empresa o los factores del entorno que pudieran afectar o mejorar los resultados de la organización. La tecnología y las habilidades para analizar grandes cantidades de información serán las herramientas que te permitirán potencializar el uso de los datos para generar estrategias que garanticen el máximo aprovechamiento, tanto de las áreas de oportunidad como de los aciertos.

En esta experiencia de aprendizaje comprenderás estos tres procesos clave que guían a las empresas a ser ganadoras. Estudiarás el comportamiento del consumidor, serás capaz de aplicar las herramientas y procedimientos para realizar una investigación de mercados, y finalmente explorarás las múltiples fuentes y posibilidades que tienen los negocios para analizar los datos disponibles sobre el entorno y sobre sus propios resultados usando tecnología.

El aprendizaje resultante de esta experiencia será inspirador y seguramente generará valor para ti y para tu empresa.

Información general programada en el certificado

Metodología

Un certificado **Connect** ha sido diseñado con la finalidad de ser impartido 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.

La experiencia de certificados Connect promueve la interacción virtual 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.

Durante cada sesión virtual, el docente transmite su experiencia y actúa como guía en el proceso de aprendizaje durante la realización de las actividades.

El certificado es **tetramestral** y tiene una distribución **semanal**; en cada semana se lleva a cabo una sesión virtual sincrónica de 3 horas a través de una herramienta tecnológica de

videoconferencia. La asistencia a estas sesiones de videoconferencia es muy importante, pero en caso de no poder asistir, el aprendiz tiene la posibilidad de revisar la sesión grabada.

Bibliografía de apoyo y certificaciones

Para cada módulo se sugiere la siguiente **bibliografía de apoyo**:

- **Módulo 1**

Bibliografía de apoyo

Armstrong, G., Kotler, P., y Opresnik, M. (2017). *Marketing: An Introduction* (13ª ed.). Estados Unidos: Pearson.

ISBN-10: 1292294868

ISBN-13: 9781292294865

Shiffman, L., y Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12ª ed.). Estados Unidos: Pearson.

ISBN-13: 9780137504503

ISBN-13: 9780134734828

Solomon, M. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, Being* (13ª ed.). Estados Unidos: Pearson.

ISBN-13: 9780135642252

ISBN-13: 9780135225691

Kotler, P., Kartajaya, H., y Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving From Traditional to Digital*. Wiley. ISBN-13: 9781119341208

- **Módulo 2**

Bibliografía de apoyo

Armstrong, G., Kotler, P., y Opresnik, M. (2017). *Marketing: An Introduction* (13ª ed.). Estados Unidos: Pearson.

ISBN-10: 1292294868

ISBN-13: 9781292294865

Malhotra, N. (2019). *Investigación de mercados* (6ª ed.) Estados Unidos: Pearson.

ISBN eBook: 9786073250771

Malhotra, N. (2021). *Marketing Research: An Applied Orientation*. (7ª ed.). Estados Unidos: Pearson.

ISBN-13: 9780137504879

ISBN-13: 9780134734842

Kotler, P., Kartajaya, H., y Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving From Traditional to Digital*. Wiley.

ISBN-13: 9781119341208

Luchs, M., Swan, S., y Griffin, A. (2015). *Design Thinking: New Product Development Essentials From the PDMA*. Wiley-Blackwell.

ISBN-13: 9781118971802

- **Módulo 3**

Bibliografía de apoyo

Verhoef, P., Kooge, E., y Walk, N. (2016). *Creating Value with Big Data Analytics: Making Smarter Marketing Decisions*. Routledge.

ISBN-13: 9781138837973

Williams, S. (2016). *Business Intelligence Strategy and Big Data Analytics: A General Management Perspective*. Morgan Kaufmann.

ISBN-10: 0128091983

ISBN-13: 9780128091982

Evaluación

La evaluación es una combinación de los siguientes elementos:

- 6 actividades, dos por cada módulo.
- 3 evidencias, una por cada módulo.

A continuación, puedes revisar el detalle de la evaluación de este certificado:

Evaluable	Ponderación
Actividad 1	5
Actividad 2	5
Evidencia I	20
Actividad 3	5
Actividad 4	5
Evidencia II	20
Actividad 5	5
Actividad 6	5
Evidencia III	30
Total	100

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 • Actividad 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 del certificado. 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 y evidencias

Las actividades y evidencias han sido diseñadas para realizarse de manera individual.

Como una forma de promover el dinamismo y la interacción de los aprendedores en distintos formatos, durante las sesiones, el profesor alterna intervenciones individuales, plenarios y grupales que enriquecen tus puntos de vista y al mismo tiempo te dan la oportunidad de presentar tus ideas y posturas en torno a los temas de clase.

Para la interacción de los aprendedores, se utilizan las funcionalidades de la herramienta de colaboración que permiten la creación de salas virtuales interactivas en donde puedes compartir pantallas, documentos, videos y audios.

El resultado de todas las actividades y evidencias deberá entregarse a través de la plataforma tecnológica para su revisión y evaluación por parte del docente.

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

En caso de tener dudas sobre alguna actividad o evidencia, 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 certificados, 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 de entrega	Módulo	Tema	Entregas Actividad/Proyecto
1	1	Tema 1	
		Tema 2	
2		Tema 3	Actividad 1
		Tema 4	
3		Tema 5	
		Tema 6	
4		Tema 7	Actividad 2
		Tema 8	
5	2	Tema 9	Evidencia I
		Tema 10	
6		Tema 11	Actividad 3
		Tema 12	
7		Tema 13	
		Tema 14	
8		Tema 15	Actividad 4
		Tema 16	
9	3	Tema 17	Evidencia II
		Tema 18	
10		Tema 19	Actividad 5
		Tema 20	
11		Tema 21	
		Tema 22	
12		Tema 23	Actividad 6
		Tema 24	
13			Evidencia III

Temario del certificado

Módulo 1. Comportamiento del consumidor

1. Comportamiento del consumidor

- 1.1. Diferencias entre cliente y consumidor
- 1.2. Consumidor empresarial (B2B)
- 1.3. Consumidor final (B2C)
- 1.4. Relevancia del comportamiento del consumidor en las empresas
- 1.5. El consumidor digital

2. Segmentación de mercados

- 2.1. Características del consumidor
- 2.2. Segmentos de mercado
- 2.3. Tipos de segmentación de mercados
- 2.4. Segmentación en consumidores digitales

3. Modelo del comportamiento del consumidor

- 3.1. Factores personales
 - 3.1.1. Edad
 - 3.1.2. Ciclo de vida familiar
 - 3.1.3. Ocupación y situación económica
 - 3.1.4. Estilo de vida
 - 3.1.5. Personalidad
- 3.2. Factores psicológicos
 - 3.2.1. Motivación
 - 3.2.2. Percepción
 - 3.2.3. Aprendizaje
 - 3.2.4. Creencias y actitudes
- 3.3. Factores culturales
 - 3.3.1. Cultura
 - 3.3.2. Subcultura
 - 3.3.3. Clase social
- 3.4. Factores sociales
 - 3.4.1. Grupos sociales
 - 3.4.2. Familia
 - 3.4.3. Roles y estatus

4. Proceso de toma de decisiones de consume o comprar

- 4.1. Roles en el proceso de compra
- 4.2. Etapas del proceso de compra: identificación de la necesidad, búsqueda de información, análisis de la información, compra y evaluación postcompra
- 4.3. El proceso de compra en la era digital

5. Herramientas de mercadotecnia para incentivar la venta durante el proceso de precompra

- 5.1. Enfoque de la comunicación en las etapas de precompra
- 5.2. Técnica AIDA
- 5.3. Inbound marketing
- 5.4. Herramientas digitales para comunicación y venta en las etapas de precompra

6. Herramientas de mercadotecnia para incentivar la venta en el proceso de postcompra

- 6.1. Enfoque de la comunicación en las etapas de postcompra
- 6.2. Fidelización de un cliente
- 6.3. Planes de lealtad
- 6.4. Herramientas digitales para promover la venta en las etapas de postcompra

7. Consumidor digital

- 7.1. Características del consumidor digital
- 7.2. Clasificación de los consumidores digitales
- 7.3. Diferentes maneras en que la tecnología ha cambiado el comportamiento y las decisiones de consumo
- 7.4. Tendencias tecnológicas que hacen los procesos de compra más eficientes en el modelo de negocio B2B

8. Métricas del comportamiento del consumidor

- 8.1. Retroalimentación del consumidor
- 8.2. Comunicación con el consumidor digital
 - 8.2.1. Métricas relacionadas a la etapa de búsqueda y análisis de la información
 - 8.2.2. Métricas relacionadas a la etapa de acción
 - 8.2.3. Métricas relacionadas a la etapa de postcompra

Módulo 2. Investigación de mercados

9. Proceso de investigación de mercados

- 9.1. Importancia de la investigación de mercados
- 9.2. Definición del problema y enfoque de la investigación
- 9.3. Diseño de la investigación de campo
- 9.4. Preparación de datos y análisis
- 9.5. Generación de reporte de resultados

10. Investigación exploratoria

- 10.1. Datos secundarios
- 10.2. Investigación cualitativa
- 10.3. Aplicación de la investigación cualitativa
- 10.4. Diseño de muestra cualitativa
- 10.5. Metodologías cualitativas
 - 10.5.1. Sesiones de grupo o grupos de enfoque
 - 10.5.2. Entrevistas de profundidad
 - 10.5.3. Técnicas proyectivas
 - 10.5.4. Etnografías
 - 10.5.5. Paneles de consumidores
 - 10.5.6. Comunidades digitales
 - 10.5.7. Laboratorios de innovación
 - 10.5.8. Investigación cualitativa online
- 10.6. Técnicas de análisis de datos en la investigación cualitativa

11. Investigación cuantitativa

- 11.1. Investigación descriptiva
- 11.2. Aplicación de la investigación descriptiva
- 11.3. Metodologías de acopio de datos en una investigación de mercados descriptiva
 - 11.3.1. Encuestas
 - 11.3.2. Observación
- 11.4. Estudio de datos en la investigación descriptiva
- 11.5. Investigación causal

12. Diseño de la muestra cuantitativa

- 12.1. Proceso de selección de la muestra
- 12.2. Marco muestral
- 12.3. Técnicas de muestreo
 - 12.3.1. Técnicas probabilísticas
 - 12.3.2. Técnicas no probabilísticas
- 12.4. Tamaño de muestra
 - 12.4.1. Por presupuesto
 - 12.4.2. Por sentido común
 - 12.4.3. Por subgrupos requeridos
 - 12.4.4. Métodos estadísticos tradicionales

13. Escalas de medición

- 13.1. Medición y escalas
- 13.2. Escalas comparativas
- 13.3. Escalas no comparativas

14. Diseño de cuestionarios

- 14.1. Tipos de preguntas
 - 14.1.1. Preguntas no estructuradas
 - 14.1.2. Preguntas estructuradas
- 14.2. Orden de las preguntas
- 14.3. Aplicación de cuestionarios
 - 14.3.1. Presencial vs. online
 - 14.3.2. Herramientas online
- 14.4. Organización de la información
 - 14.4.1. Codificación, transcripción y limpieza de datos
- 14.5. Análisis de la información
 - 14.5.1. Técnicas estadísticas
 - 14.5.2. Gráficas y tablas
- 14.6. Preparación de resultados
 - 14.6.1. Proceso de reporte
 - 14.6.2. Formato del reporte

15. Nuevas técnicas de investigación

- 15.1. Neuromarketing
 - 15.1.1. Definición
 - 15.1.2. Metodología
 - 15.1.3. Aplicación
- 15.2. Design thinking

- 15.2.1. Definición
- 15.2.2. Metodología
- 15.2.3. Aplicación
- 15.3. Análisis de contenidos
 - 15.3.1. Análisis de contenidos de redes sociales
 - 15.3.2. Técnicas de análisis de contenidos
- 15.4. Experiencia de usuarios
 - 15.4.1. Análisis de experiencias de usuarios

16. Brief de mercadotecnia

- 16.1. Proveedores de investigación de mercados
- 16.2. Creación del brief de mercadotecnia

Módulo 3. Analítica de datos

17. Data science y Big Data

- 17.1. Conceptos básicos de data science y Big Data
 - 17.1.1. Big Data
 - 17.1.2. Data mining
 - 17.1.3. Análisis de datos
 - 17.1.4. Business intelligence
 - 17.1.5. Inteligencia artificial
- 17.2. Creación de valor con la analítica de datos
- 17.3. Big Data vs. el análisis tradicional

18. Modelo de creación de Big Data

- 18.1. Proceso de creación de Big Data
- 18.2. Fases del Big Data
 - 18.2.1. Generación de datos
 - 18.2.2. Recopilación de datos
 - 18.2.3. Procesamiento de datos
 - 18.2.4. Gestión de datos
 - 18.2.5. Análisis de datos
 - 18.2.6. Visualización de datos
 - 18.2.7. Interpretación de datos

19. Las tres V de la analítica de datos

- 19.1. Volumen
- 19.2. Velocidad
- 19.3. Variedad

20. Data mining

- 20.1. Recopilación de datos
- 20.2. Filtrado de datos
- 20.3. Transformación de datos
- 20.4. Carga de datos
- 20.5. Interpretación y evaluación de datos

21. Value to customer y value to firm

- 21.1. Métricas de consumidor y de empresa
- 21.2. Técnicas de medición
- 21.3. Medición de mercado
- 21.4. Medición de marca
- 21.5. Medición del consumidor
- 21.6. Value to society
 - 21.6.1. Métricas para medir el valor para la sociedad

22. Fuentes y tipos de información

- 22.1. Fuentes internas
- 22.2. Fuentes externas
- 22.3. Fuentes internas vs. fuentes externas
- 22.4. Ética en la recolección de datos

23. Aplicaciones de Big Data

- 23.1. Web analytics
- 23.2. Análisis del customer journey
- 23.3. Modelo por atributos
- 23.4. Dynamic targeting
 - 23.4.1. Sistemas de recomendación
 - 23.4.2. Personalización
- 23.5. Social listening
 - 23.5.1. Análisis de opinión
 - 23.5.2. Proceso de análisis de opinión
- 23.6. Análisis de redes sociales
 - 23.6.1. Proceso de análisis de redes sociales

24. Herramientas de BI (business intelligence)

- 24.1. Proceso de creación de impacto
- 24.2. Factores de fracaso de creación de impacto
- 24.3. Storytelling de datos
- 24.4. Visualización de datos
- 24.5. Diseño de reporte de datos
 - 24.5.1. Gráficas de relación de datos
 - 24.5.2. Comparación de datos
 - 24.5.3. Composición de datos
 - 24.5.4. Distribución de datos
- 24.6. Herramientas de BI (business intelligence)
 - 24.6.1. Utilización de herramientas para la visualización de datos
 - 24.6.2. Ventajas de la utilización de herramientas de BI
 - 24.6.3. Desventajas de la utilización de herramientas de BI
- 24.7. Proceso de implementación de BI

Herramientas

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

Preguntas más frecuentes

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

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

¿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 el certificado. 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 al certificado.	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.
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 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"> • Actividad 1. 	Se brindará una breve explicación de lo que consiste la actividad 1. Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • La actividad 1 se entrega en la semana 2. 	15 minutos.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del primer tema de la semana (tema 1)

En este tema el objetivo principal será dejarle claro al aprendiz que aquellas empresas que no estudien de forma permanente al consumidor, independientemente de su giro o su orientación, están destinadas a quedar obsoletas debido al entorno cambiante habilitado por los medios digitales.

Se recomienda platicar casos de empresas que han fracasado o perdido mercado por no adecuarse a lo que los consumidores pedían.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del segundo tema de la semana (tema 2)

El error más frecuente que cometen los aprendices en el tema de segmentación es que al definir un segmento de mercado, describen a la empresa en lugar de las personas, dentro de la población, que forman parte de ese segmento. Debe hacerse hincapié en evitar esa confusión.

Se debe recordar que una descripción del buyer persona que usa varios criterios de segmentación a la vez resulta de mucha utilidad para generar estrategias de mercadotecnia diferenciadas y personalizadas.

Es necesario ayudar a que el aprendiz pueda diferenciar entre segmentación de mercados, que se refiere a dividir el mercado o población en grupos, y estrategia de segmentación, que es elegir uno o varios de esos segmentos para dirigir la oferta.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la actividad 1

La parte más importante de esta actividad es la reflexión. Lo que debe quedarle claro al aprendiz es la forma en que los factores internos y externos al individuo determinan las diferencias en la toma de decisiones de compra o consumo en las personas. Debe exigirse profundidad en esa parte.

Semana 2

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.
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 aprendiz 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.	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 aprendedores los contenidos con ejercicios prácticos y realizará un cierre de los temas correspondientes.	35 minutos.
Recordatorio de entrega.	El profesor recordará a los aprendedores que en esta semana se debe entregar la actividad 1 y aclarará dudas al respecto.	5 minutos.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del primer tema de la semana (tema 3)

El tema de factores internos y externos que determinan el comportamiento del consumidor es muy extenso, sin embargo, la arquitectura lo reduce a un tema, razón por la cual debe recomendarse a los aprendedores complementar la información del tema 3 con el libro de texto para profundizar mucho más.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del segundo tema de la semana (tema 4)

El tema de *Proceso de toma de decisiones de compra o consumo* puede complementarse mucho con ejemplos de decisiones de compra para luego clasificarlas en decisiones sencillas y complejas para comparar la forma en que se llevó a cabo el proceso. Se recomienda también hacer equipos, presentar una misma necesidad a todos y pedirles que definan cómo van a satisfacerla. Al final de la actividad, hacer una comparación entre las respuestas y reflexionar cómo la forma en que llevaron a cabo el proceso de toma de decisiones los llevó a resultados diferentes.

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 agrega 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 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 aprendiz 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.
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.	35 minutos.
Explicación de lo siguiente que deberá realizarse fuera de la sesión: <ul style="list-style-type: none"> • Actividad 2. 	Se brindará una breve explicación de lo que consiste la actividad 2. Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • La actividad 2 se entrega en la semana 4. 	15 minutos.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del primer tema de la semana (tema 5)

Las herramientas para estimular la venta en la etapa de precompra han evolucionado mucho con el tiempo, se puede invitar a los aprendedores a reflexionar sobre estos cambios, previo al estudio del tema.

Se recomienda que cada aprendiz reflexione sobre decisiones de compra propias que han sido influenciadas por las estrategias de mercadotecnia en la etapa de precompra y usarlas de ejemplo para entender el tema.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del segundo tema de la semana (tema 6)

La postcompra es la parte del proceso de toma de decisiones de compra y consumo donde se logra la lealtad del cliente. Muchas empresas no hacen mucho para construir esta lealtad después de la compra, sin embargo, es muy importante. Hay que resaltar que obtener un nuevo

cliente es mucho más tardado, costoso y difícil para la empresa que mantener un cliente actual, por lo que vale la pena invertir en este tipo de iniciativas.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la actividad 2

La actividad 2 se basa en los temas 4 al 6 y pretende que el alumno pueda aplicar estrategias en función del proceso de toma de decisiones del consumidor en las etapas de precompra y postcompra. Lo más importante es garantizar que la profundidad de sus estrategias sea adecuada, no limitándose a emitir una idea que corresponde a responder a la pregunta de ¿qué hacer?, sino que sea capaz de ampliar su propuesta al uso de herramientas donde se ejecute la idea, respondiendo a la pregunta de ¿cómo hacerlo? Deberá de garantizar el uso de las herramientas explicadas en los temas.

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.
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.	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 aprendedores los contenidos con ejercicios prácticos y realizará un cierre de los temas correspondientes.	35 minutos.
Recordatorio de entrega.	El profesor recordará a los aprendedores que en esta semana se debe entregar la actividad 2 y aclarará dudas al respecto.	5 minutos.
Explicación de lo siguiente que deberá realizarse fuera de la sesión: <ul style="list-style-type: none"> • Evidencia I. 	Se brindará una breve explicación de lo que consiste la evidencia I. Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • La evidencia I se entrega en la semana 5. 	15 minutos.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del primer tema de la semana (tema 7)

Este tema puede resultar un tanto técnico, por lo que se recomienda que se complemente con muchos ejemplos de aplicación práctica de las empresas desde el enfoque de la mercadotecnia. Los aprendedores están constantemente inmersos y expuestos a la comunicación en medios digitales, por lo que pueden entender mucho mejor el tema si lo hacen desde su propia experiencia.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del segundo tema de la semana (tema 8)

El análisis del comportamiento del consumidor tiende a considerarse un tema subjetivo-teórico. Sin embargo, en este tema se busca enfatizar que toda estrategia de mercadotecnia debe ser medida a través de métricas sistemáticas que permitan objetividad a la toma de decisiones, al seguimiento y a la ejecución de las iniciativas de mercadotecnia.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la evidencia I

La evidencia I abarca los temas 1 al 8. Es práctica y se recomienda que se explique a profundidad y se den ejemplos de qué sí hacer y que no hacer en sesiones de asesoría o explicación en clase para garantizar que el aprendedor comprende lo que se le está pidiendo.

Semana 5

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.
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.
Receso.	Se brindará un espacio de receso 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"> • Actividad 3. 	Se brindará una breve explicación de lo que consiste la actividad 3. Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • La actividad 3 se entrega en la semana 6. 	10 minutos.
Recordatorio de entrega.	El profesor recordará a los aprendices que en esta semana se debe entregar la evidencia 1 y aclarará dudas al respecto.	5 minutos.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del primer tema de la semana (tema 9)

La definición del problema y objetivos de investigación se da muchas veces por hecho, sin embargo, es donde radican la mayor cantidad de problemas en el diseño y generación de resultados de las investigaciones. A los aprendedores verdaderamente se les dificulta definir objetivos. Saben lo que es un objetivo SMART, pero batallan para que el objetivo sea de investigación de mercados. Por tal motivo, debe garantizarse que el tema queda claro a través de compartir muchos ejemplos y pedirles que hagan ejercicios. Se recomienda complementar con ello el material del tema.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del segundo tema de la semana (tema 10)

En este tema lo más importante es estar consciente de que la investigación exploratoria genera información no concluyente, pero que sirve mucho para generar ideas, para familiarizarse con una problemática desconocida y para usarse de punto de partida para el diseño de investigaciones descriptivas cuantitativas.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la actividad 3

La actividad 3 es un estudio exploratorio, al calificarla debe solicitarse evidencia de que en verdad se llevó a cabo. Lo más importante es revisar que la guía de tópicos corresponda a preguntas no estructuradas y que estas resuelvan los objetivos planteados. Finalmente, hay que revisar bien el reporte, debe ser extenso, profundo y usar verbalizaciones. Se debe evitar el uso de palabras que denoten una conclusión sobre el mercado ya que se trata de una investigación cualitativa.

Semana 6

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.
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 aprendiz 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.
Receso.	Se brindará un espacio de receso 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.
Recordatorio de entrega.	El profesor recordará a los aprendices que en esta semana se debe entregar la actividad 3 y aclarará dudas al respecto.	5 minutos.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del primer tema de la semana (tema 11)

Este tema es introductorio a los siguientes. Por tanto, a pesar de que la investigación descriptiva es concluyente y objetiva, el tema tiene un enfoque teórico. Se recomienda visualizar ejemplos de investigaciones descriptivas hechas por empresas.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del segundo tema de la semana (tema 12)

El tema 12 es el más complejo del módulo porque es cuantitativo. Se recomienda complementar con ejercicios y lectura del libro de texto.

Semana 7

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.
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 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 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
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 aprendedores 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"> • Actividad 4. 	Se brindará una breve explicación de lo que consiste la actividad 4. Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • La actividad 4 se entrega en la semana 8. 	15 minutos.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del primer tema de la semana (tema 13)

El tema de escalas es muy importante porque es el que presenta el abanico de posibilidades de redacción de preguntas para el diseño de cuestionarios. Se recomienda que los alumnos busquen cuestionarios y a manera de ejercicio identifiquen las preguntas con diferentes tipos de escalas que se muestran en esos ejemplos. Hay que hacer hincapié que el diseño del cuestionario debe tomar en cuenta el tipo de medición que se quiere hacer en los objetivos, y en función de ello, elegir la escala que permite esa medición.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del segundo tema de la semana (tema 14)

Por la cantidad de información que tiene este tema, no permite una profundización alta en el tema de análisis de datos. Actualmente las aplicaciones digitales de investigación de mercados arrojan gráficos y análisis muy básicos. No siempre presentan el mejor análisis, por lo tanto, se debe recomendar al aprendedor que use las bases de datos y realice el análisis más adecuado para cumplir con sus objetivos de la investigación, y no que se quede con la única opción que le presente la plataforma digital de investigación.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la actividad 4

Esta actividad busca que el alumno pueda utilizar el conocimiento de escalas de medición para redactar un cuestionario usando la mayoría de las escalas disponibles. Es importante que al evaluarse se garantice que se usan correctamente y que se redactan conforme los principios teóricos para confirmar que el aprendedor entendió bien la diferencia entre una y otra.

Semana 8

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.
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.
Receso.	Se brindará un espacio de receso 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.	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 aprendices los contenidos con ejercicios prácticos y realizará un cierre de los temas correspondientes. Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Recordar a los aprendices que deberán realizar los exámenes correspondientes a los temas de la semana. 	40 minutos.
Recordatorio de entrega.	El profesor recordará a los aprendices que en esta semana se debe entregar la actividad 4 y aclarará dudas al respecto.	5 minutos.

<p>Explicación de lo siguiente que deberá realizarse fuera de la sesión:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evidencia II. 	<p>Se brindará una breve explicación de lo que consiste la evidencia II.</p> <p>Especificar lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La evidencia II se entrega en la semana 9. 	<p>15 minutos.</p>
--	--	--------------------

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del primer tema de la semana (tema 15)

Este tema es muy interesante porque presenta nuevas opciones de conocer al consumidor. Se recomienda usar anuncios publicitarios en diferentes medios para ejemplificar la aplicación del neuromarketing. El tema de *design thinking* se usa mucho para innovación, sin embargo, la clave es que parte del conocimiento del consumidor.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del segundo tema de la semana (tema 16)

La mayoría de los aprendedores no se dedican a la investigación de mercados, ni lo harán directamente, sin embargo, es muy probable que en algún momento deban pedir a una agencia que les realice una investigación. Por tal motivo este tema se vuelve muy importante ya que el *brief* de mercadotecnia será clave para garantizar que la agencia pueda diseñar una investigación que realmente provea información para resolver la problemática. Debe hacerse ver al aprendedor la importancia de su realización.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la evidencia II

La evidencia II corresponde a una investigación descriptiva que conlleva trabajo de levantamiento de encuestas a través de medios digitales. El proceso es sencillo, pero no puede hacerse en un día, se requiere tiempo para obtener la muestra. En total el número de horas es de 40 pero no necesariamente seguidas, por tal motivo se debe sugerir al aprendedor iniciar lo más pronto posible su actividad para que pueda realmente adquirir todas sus competencias de forma adecuada. Puede usar cualquier plataforma que desee, se recomienda usar Google Forms ya que es muy amigable, facilita el uso de muchos tipos de preguntas y escalas, es gratuita y permite bajar la base de datos en Excel fácilmente.

Semana 9

Bloque 1

Actividad	Descripción	Duración
<p>Bienvenida y presentación de agenda.</p>	<p>El profesor da una breve bienvenida y presenta la agenda de la sesión.</p>	<p>5 minutos.</p>

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.
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. Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Recordar a los aprendedores que deberán realizar los exámenes correspondientes a los temas de la semana. 	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>Especificar lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recordar a los aprendedores que deberán realizar los exámenes correspondientes a los temas de la semana. 	<p>40 minutos.</p>
<p>Explicación de lo siguiente que deberá realizarse fuera de la sesión:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actividad 5. 	<p>Se brindará una explicación de lo que consiste la actividad 5.</p> <p>Especificar lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La actividad 5 se entrega en la semana 10. 	<p>10 minutos.</p>
<p>Recordatorio de entrega.</p>	<p>El profesor recordará a los aprendedores que en esta semana se debe entregar la evidencia II y aclarará dudas al respecto.</p>	<p>5 minutos.</p>

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del primer tema de la semana (tema 17)

En el marketing digital, los aprendedores deben de conocer con profundidad la ciencia de datos, sobre todo si quieren especializarse en esta área. En este tema el profesor dejará muy claras las diferencias entre los conceptos Big Data, minería de datos, análisis de datos, inteligencia de negocios e inteligencia artificial. Si bien no serán especialistas en cada uno de estos temas, sí tienen que conocer con profundidad qué son, qué ventajas y desventajas tienen, pero sobre todo, deberán de desarrollar la capacidad de aplicar cada uno de ellos en un contexto real, por lo que se sugiere al profesor que emplee una base de datos y desde su experiencia, aborde cada uno de estos temas en la medida que determine el dominio y competencias que el grupo presenta.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del segundo tema de la semana (tema 18)

Los aprendedores deberán reconocer la importancia de desarrollar habilidades en la ciencia de datos, de hecho, es deseable que el profesor desde su experiencia haga un breve ejercicio con una base de datos y si es posible, a partir de R o Python pueda hacer un breve ejercicio practicando las fases del Big Data, reflexionando sobre la forma en la que se generan, recopilan, procesan, gestan, analizan, visualizan e interpretan los datos. Si esto se muestra de forma práctica a los aprendedores, comprenderán la relevancia y será más sencillo llevarlo a su práctica laboral y en el nuevo contexto del marketing digital.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la actividad 5

La actividad planteada contiene una base de datos, con el objetivo de que el estudiante ponga en práctica los cuatro temas correspondientes a la primera parte del curso. Se cuenta con una base de datos de un millón de datos y vale la pena reflexionar sobre los límites de Excel, recalcar la importancia del Big Data y las limitaciones que pudiera presentar una hoja de cálculo tradicional, cuando se analizan datos masivos. Se recomienda enseñarles el uso de las tablas dinámicas. Es importante resaltar la importancia de tener conocimiento en estadística para realizar la analítica de datos en esta actividad, incluso se recomienda emplear el análisis de datos de Excel si el profesor desea hacerlo.

Semana 10

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.
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
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 aprendedores los contenidos con ejercicios prácticos y realizará un cierre de los temas correspondientes.	35 minutos.
Recordatorio de entrega.	El profesor recordará a los aprendedores que en esta semana se debe entregar la actividad 5 y aclarará dudas al respecto.	5 minutos.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del primer tema de la semana (tema 19)

El aprendedor practicará a través de las tres V de la analítica de datos el contexto de la información en su práctica laboral y cotidiana. El profesor con su experiencia revisará la evolución de las tres V y su contexto actual a partir de las necesidades de la ciencia de datos y la evolución de estas a lo largo del tiempo.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del segundo tema de la semana (tema 20)

La minería de datos constituye prácticamente una rama importante de la analítica de datos. Si bien es compleja y en este curso no se plantean técnicas de *machine learning* o *deep learning*, se puede practicar con una base de datos para realizar las fases de la minería de datos, comenzando con la recopilación, filtración, transformación, carga, interpretación y evaluación de los datos. Es importante resaltar la diferencia de los temas y su importancia en la toma de decisiones del marketing digital.

Semana 11

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.
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 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"> • Actividad 6. • Evidencia III. 	Se brindará una explicación de lo que consiste la actividad 6 y la evidencia III. Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • La actividad 6 se entrega en la semana 12. • La evidencia III se entrega en la semana 13. 	15 minutos.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del primer tema de la semana (tema 21)

Este tema comienza con la relación práctica de la ciencia de datos con el marketing digital. Es deseable que el profesor profundice a través de su experiencia la forma en que un mercadólogo profesional intenta medir al mercado, a la marca y al consumidor y que se aterrice de una forma práctica.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del segundo tema de la semana (tema 22)

Los aprendices deben poder distinguir entre fuentes externas e internas. El profesor deberá aplicar en un contexto práctico y con ejemplos reales la distinción entre estos dos tipos de

fuentes, y desde su experiencia compartir las ventajas y desventajas que dichas fuentes pueden presentar y cuáles son los errores más comunes al emplearlas.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la actividad 6

Usando una base de datos de la ANTAD los aprendedores usarán su creatividad para darle orden y estructura, así como para poner en práctica los temas aprendidos.

El profesor acompañará a los aprendedores en el proceso de estructurar la información y establecer o suponer lo que haga falta, así como investigar en fuentes externas o internas, según sea el caso. Representa un reto para los aprendedores y el docente deberá estar atento a las dificultades que pueda presentar.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la evidencia III

En esta evidencia los aprendedores demostrarán las habilidades adquiridas a lo largo del módulo y en las actividades 5 y 6, así como su destreza en la aplicación de los conocimientos. El análisis de una nueva base de datos fortalecerá las habilidades en inteligencia de negocios y en la aplicación de los temas, para que los alumnos comprendan la relevancia de los datos en las decisiones de cualquier empresa. El profesor deberá estar atento a las necesidades de los aprendedores y hacer énfasis en la importancia del análisis de los datos.

Semana 12

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.
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 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
Resumen de lo realizado en el bloque anterior.	El profesor resumirá de manera dinámica lo realizado en el bloque anterior.	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. Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Recordar a los aprendedores que deberán realizar los exámenes correspondientes a los temas de la semana. 	40 minutos.
Recordatorio de entrega.	El profesor recordará a los aprendedores que en esta semana se debe entregar la actividad 6 y aclarará dudas al respecto. Asimismo, les recordará que en la próxima semana (13) se deberá enviar la evidencia III.	5 minutos.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del primer tema de la semana (tema 23).

Los aprendedores deberán conocer las herramientas más populares empleadas por los expertos en marketing digital para realizar *web analytics*, análisis del *customer journey*, modelación por atributos, *dynamic targeting*, *social listening* y análisis de redes sociales.

Se recomienda que el profesor experto pueda hacer un análisis de datos de Twitter con Python. El aprendedor comprenderá la importancia de adquirir las habilidades en estas herramientas para la toma de decisiones de la empresa. Finalmente, hacer énfasis en que las soluciones estarán en función del presupuesto de las empresas, a mayor presupuesto, se podrá adquirir una mejor herramienta y dejar muy claro que, aunque no se tengan herramientas costosas, puede usarse programación en R o Python u otro lenguaje de programación para realizarlo.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del segundo tema de la semana (tema 24)

Para concluir con los temas es importante que el experto comparta desde su experiencia las consideraciones y las herramientas necesarias para visualizar los datos y que se comprenda que esta forma de presentación de los datos es fundamental.

Semana 13

En esta semana los aprendedores deberán entregar la evidencia III.

Banco de prácticas de bienestar

Práctica 01

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 aprendizador	<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 dos 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 (olvidé 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 02

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? 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	<p>Fuente: Eby, D. (s.f.). <i>Creativity and Flow Psychology</i>. Recuperado de http://talentdevelop.com/articles/Page8.html</p>

Práctica 03

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 solo 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>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 (Tarragona, 2012).</p> <p>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. <p>Escribe al final cómo enfrentarías cada evento hoy en día.</p>
Fuente	Tarragona, M. (2012). La Resiliencia: El Resorte del Bienestar. En Palomar, J., y Gaxiola, J. <i>Estudios de resiliencia en América Latina Volumen 1</i> . México: Universidad de Sonora.

Práctica 04

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 aprendizador	<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 creas que 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 05

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 aprendizador	<p>Margarita Tarragona define la resiliencia de la siguiente manera:</p> <p style="padding-left: 40px;">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 (Tarragona, 2012).</p> <p>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 término o como secuela de esa adversidad o pérdida. <p>¿Hay nuevas maneras de actuar, pensar, o relacionarse que son más probables de suceder ahora?</p>
Fuente	<ul style="list-style-type: none"> • Ejercicio contribuido por Taylor Kreiss del Positive Psychology Center, University of Pennsylvania, basado en la fuente: Peterson, C. (2006). <i>A Primer in Positive Psychology</i>. Estados Unidos: Oxford University Press. • Tarragona, M. (2012). La Resiliencia: El Resorte del Bienestar. En Palomar, J., y Gaxiola, J. <i>Estudios de resiliencia en América Latina Volumen 1</i>. México: Universidad de Sonora.

Práctica 06

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 del Positive Psychology Center, University of Pennsylvania, basado en la fuente: Peterson, C. (2006). <i>A Primer in Positive Psychology</i>. Estados Unidos: Oxford University Press.

Práctica 07

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 del Positive Psychology Center, University of Pennsylvania, basado en la fuente: Peterson, C. (2006). <i>A Primer in Positive Psychology</i>. Estados Unidos: Oxford University Press.

Práctica 08

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 qué 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 estas 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 bien en mi trabajo hoy?, ¿qué me ha hecho sonreír?
Fuente	Tomado de Catálogo de actividades para profesores.

Práctica 09

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 aprendizador	<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 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 aprendizador	<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	<p>Niemic, R. (2016). <i>How to Assess Your Strengths: 5 Tactics for Self-Growth</i>. Recuperado de https://www.psychologytoday.com/blog/what-matters-most/201603/how-assess-your-strengths-5-tactics-self-growth?platform=hootsuite</p>

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 (2012) 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 (<i>approach</i>): 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 (<i>avoidance</i>): 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	Grenville, B. (2012). <i>GOAL-SETTING SECRETS</i> . Recuperado de http://positivepsychologynews.com/news/bridget-grenville-cleave/2012013120696

"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".

Todos los derechos reservados @ Universidad Tecmilenio La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor. El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO. Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.