



Marketing Automation, Growth Hacking e Ecommerce

(Modalidad Connect)

Guía para el profesor
Clave MSMD2103
Nivel Maestría

Contenido

Datos generales del certificado	3
Competencia global del certificado.....	3
Competencias por módulo.....	3
Introducción al certificado	4
Información general programada en el certificado.....	4
Calendario de entregas de los aprendedores	9
Herramientas	14
Preguntas más frecuentes.....	14
Guía para las sesiones	15
Banco de prácticas de bienestar	47

Datos generales del certificado

Nombre del certificado: Marketing Automation, Growth Hacking e Ecommerce

Nivel: Maestría

Modalidad: Connect

Clave: MSMD2103

Competencia global del certificado

Desarrolla estrategias de marketing innovadoras que ayuden a la empresa a ser más productiva y más eficiente, ahorrando costos al automatizar procesos para mejorar la comunicación y las ventas. Asimismo, aprende a planificar y diseñar un proyecto de comercio electrónico, y a definir una estrategia que permita alcanzar los objetivos marcados.

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

Desarrolla estrategias de captación de tráfico exitosas para cumplir con los objetivos de la empresa a través de metodologías denominadas "Growth hacking", que implican crecer de forma sostenible y coherente, aplicando el método científico.

Domina la analítica web, creando embudos de conversión que permitan conocer el comportamiento del usuario, para identificar dónde están las ineficiencias por resolver, y poder crecer más rápido.

Valida un modelo de negocio, fijando objetivos realistas, analizando costos e identificando la mejor estrategia online.

Competencias por módulo

Competencias de módulo 1

- 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.

Competencias de módulo 2

- Aplica y desarrolla las técnicas más eficaces del marketing digital y de experiencia de usuario, para generar una cultura de crecimiento digital, implantando el modelo de Growth Hacking, que logre alcanzar los objetivos.

Competencias de módulo 3

- Domina todas las áreas de conocimiento necesarias para vender de manera online, aprende a crear y gestionar comercio electrónico de forma autónoma y comprende cómo funciona una tienda virtual (diseño, usabilidad, accesibilidad, elementos fundamentales, gestión de pedidos, atención al cliente y logística).

Introducción al certificado

En el certificado *Marketing Automation, Growth Hacking e Ecommerce*, adquirirás conocimientos sólidos sobre las tendencias más novedosas y revolucionarias del marketing digital: marketing automation, growth hacking e ecommerce, que se han establecido como tres de las mejores estrategias que se pueden implementar para brindar al cliente una solución a sus necesidades hoy en día.

Aprenderás cuáles son los elementos principales de la metodología **marketing automation**. Conocerás las técnicas de marketing digital, sistemas informáticos y programación que puedes usar con el propósito de optimizar los procesos, atraer y fidelizar clientes, así como elevar las ventas de una empresa en internet. Y por último revisarás cómo será el desarrollo de marketing automation en un futuro cercano.

Conocerás la propuesta completa de **growth hacking** en nuestros días, cuáles son sus bases metodológicas y cómo las puedes implementar usando la analítica de datos web de Google Analytics. Comprenderás la importancia de la medición de la data de usuarios de páginas web y el análisis de la competencia en internet. Además, sabrás cómo acercarte a prospectos a través de estrategias como la persuasión digital, la experiencia de usuario y SEO.

Entenderás cómo funciona el **ecommerce** y serás capaz de crear un modelo de negocio digital, considerando las variables económicas, de competencia y tecnología necesarias para construir una tienda en línea, así como la forma en que puedes administrarla. Podrás identificar los elementos clave de las estrategias SEO y analítica digital para atraer tráfico a las plataformas ecommerce.

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 aprendedor 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**

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

ISBN-10: 1599327384
ISBN-13: 978-1599327389

- **Módulo 2**

Díaz del Dedo, L. (2019). *Growth Hacking: Supera el reto de crear productos digitales exponenciales*. España: ANAYA MULTIMEDIA.

ISBN-10: 8441541876
ISBN-13: 978-8441541870

Sean, E., y Brown, M. (2018). *El método Hacking Growth*. España: Conecta.

ISBN-10: 6073161069
ISBN-13: 978-6073161060

- **Módulo 3**

Fagundo, A., Bastón, R., y Hernández, V. (2021). *Ecommerce. Cómo montar una tienda online... ¡y que venda!* España: ANAYA MULTIMEDIA.

ISBN-10: 8441543968
ISBN-13: 978-8441543966

Parker, L. (2020). *Cómo Vender en Amazon: Descubre Cómo Generar Ingresos Pasivos Desde la Comodidad de tu Casa Vendiendo en Amazon*. Freedom Bound Publishing.

ISBN-10: 1646940512
ISBN-13: 978-1646940516

Tayar, R. (2018). *CRO. Diseño y Desarrollo de negocios digitales*. España: ANAYA MULTIMEDIA.

ISBN-10: 844153957X
ISBN-13: 978-8441539570

Tellado, F. (2019). *WordPress 5. La guía completa*. España: ANAYA MULTIMEDIA.

ISBN-10: 8441540608
ISBN-13: 978-8441540606

Para cada módulo deberás estudiar los siguientes cursos para obtener la **certificación** correspondiente:

- **Módulo 1**

HubSpot Academy. (2021). *Software de Marketing*. Disponible a través de: <https://app.hubspot.com/academy/7121497/tracks/5/intro?language=ES>

- **Módulo 2**

Hubspot Academy. (2021). *Lead Management Training: Segmentation, Nurturing, and Lead Qualification*. Disponible a través de:

<https://app.hubspot.com/academy/7121497/tracks/35/219/1145>

- **Módulo 3**

HubSpot Academy. (2021). *Digital Advertising 101: How to Develop a Winning Online Advertising Strategy*. Disponible a través de:

<https://app.hubspot.com/academy/7121497/tracks/116/intro>

Evaluación

La evaluación es una combinación de los siguientes elementos:

- Actividades que consisten en realizar la certificación correspondiente a cada módulo.
- Un avance de evidencia y tres evidencias con las cuales se acreditarán las competencias modulares y del certificado.

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

Evaluable	Ponderación
4 actividades Marketing Automation (5 c/u)	20
Certificación Hubspot Software Marketing	10
Examen M1	3
2 actividades Growth Hacking (10 c/u)	20
Certificación Hubspot Lead Management	5
Examen M2	3
Certificación Hubspot Digital Advertising	10
Examen M3	4
Proyecto final	25
Total	100

* Las certificaciones Software Marketing y Digital Advertising se evalúan así: presentada y aprobada 10 puntos, presentada y no aprobada 5 puntos, no presentada y no aprobada 0 puntos.

*La certificación Lead Management se evalúa así: curso de certificación terminado 5 puntos, curso de certificación no terminado 0 puntos.

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 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, plenarias 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	Actividad	Proyecto integrador	Exámenes	Certificación	
1	1	Tema 1					
		Tema 2	1				
2		Tema 3					
		Tema 4	2				
3		Tema 5					
		Tema 6	3				
4		Tema 7					
		Tema 8	4			1	1
5	2	Tema 9					
		Tema 10					
6		Tema 11					
		Tema 12	5				
7		Tema 13					
		Tema 14					2
8		Tema 15					
		Tema 16	6			2	
9	3	Tema 17					
		Tema 18					
10		Tema 19					
		Tema 20					
11		Tema 21					
		Tema 22					3
12		Tema 23					
		Tema 24			1	3	

Temario del certificado

Temario del módulo 1

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

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

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

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

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 Zapier y cómo utilizar los conectores para la automatización
- 5.5 Google Marketing Platform: Google Analytics, Data Studio, Optimize, Surveys, Tag Manager y 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

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

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

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

Temario del módulo 2

9. Growth Hacking

- 9.1 Estrategia Growth Hacking
- 9.2 El trabajo diario de un Growth Hacker
- 9.3 Growth Hacking (método científico y test)
- 9.4 Funnel Pirata (acquisition, activation, retention, revenue y referral)
- 9.5 Modelo iterativo de alta frecuencia (IAF)

10. Analítica Web y Estrategias Digitales de Crecimiento

- 10.1 La importancia de la analítica web para el Growth Hacking
- 10.2 Insight de Google Analytics y aplicación a Funnels de conversión
- 10.3 Configuración de cuadros de mando, auditoría y reporting analítico
- 10.4 Growth Test y experimentación
- 10.5 Métricas y KPI
- 10.6 Análisis del entorno y de la competencia
- 10.7 Herramientas recomendadas

11. UX & CRO para Growth Hacking

- 11.1 Aplicación del método científico para Growth Hacking (análisis, hipótesis, testing y resultados)
- 11.2 Herramientas principales
- 11.3 Usabilidad y UX
- 11.4 Neuro & psychology marketing

12. Producto y metodologías ágiles

- 12.1 Principios básicos de Product-Market Fit
- 12.2 Metodologías ágiles en project management y desarrollo
- 12.3 Matriz de prioridades
- 12.4 Canales de distribución
- 12.5 El mínimo producto viable (MVP)
- 12.6 El embudo de Growth Hacking
- 12.7 Customer Journey del producto

13. Psicología en el Growth Marketing

- 13.1 Integración de la Psicología al Growth Hacking
- 13.2 Persuasión digital
- 13.3 Comportamiento del Consumidor Online
- 13.4 Detección de ineficiencias y mejoría de la conversión
- 13.5 Hotjar: uso y configuración

14. Adquisición, Activación, Retención y Monetización

- 14.1 Aprendizaje para adquirir usuarios
- 14.2 Definición del modelo de adquisición
- 14.3 ¿Cómo construir growth hacks?
- 14.4 Tipos de Loops para adquirir usuarios
- 14.5 Activación de usuarios
- 14.6 Retención de usuarios, first user experience
- 14.7 Definición del modelo de retención
- 14.8 Monetización, ¿qué significa?
- 14.9 Definición del modelo de monetización
- 14.10 Ventas sin fricción

15. Estrategias de captación de usuarios y Hacks I

- 15.1 Content marketing, blogs y guest posting
- 15.2 SEO, posicionamiento en buscadores orientado a Growth Hacking
- 15.3 Facebook Hacks
- 15.4 Instagram Hacks
- 15.5 LinkedIn Hacks

16. Estrategias de captación de usuarios y Hacks II

- 16.1 Email marketing como estrategia de Growth Hacking
- 16.2 Paid Acquisition: Google Ads, Social Ads, Taboola, Referral
- 16.3 Remarketing y pixeles
- 16.4 Programa de afiliados
- 16.5 Eventos y conferencias
- 16.6 Relaciones públicas e influencers

Temario del módulo 3

17. Introducción al comercio electrónico

- 17.1 Fundamentos del comercio electrónico
- 17.2 Motivos para vender online
- 17.3 Proceso de venta online
- 17.4 Ventajas del comercio electrónico

17.5 Estado del comercio electrónico en México

18. Modelización de negocios digitales

- 18.1 ¿Cómo definir un modelo de negocio?
- 18.2 Tipos de modelo de negocio
- 18.3 La propuesta de valor
- 18.4 Plan estratégico para una tienda en línea
- 18.5 Fuentes de ingreso
- 18.6 Recursos y actividades claves
- 18.7 Estructura de costos
- 18.8 Análisis de la competencia

19. Elección de tecnología de desarrollo

- 19.1 Criterios de elección de la mejor tecnología
- 19.2 Principales CMS e-commerce: (Woocommerce, Magento, Shopify)
- 19.3 Desarrollos tecnológicos propios
- 19.4 Venta en marketplaces, ventajas y desventajas
- 19.5 Tácticas y herramientas para la elección de tecnologías

20. Productos, precios, pagos, logística, legalidad y seguridad

- 20.1 Estrategia de productos y relación con proveedores
- 20.2 Política de precios y rentabilidad
- 20.3 Principales pasarelas de pagos
- 20.4 Logística, gestión de inventarios y almacenamiento
- 20.5 Políticas de envíos y devoluciones
- 20.6 Aspectos legales del comercio electrónico
- 20.7 Seguridad, medidas de protección y tipos de amenazas

21. Captación de tráfico, estrategia y táctica

- 21.1 SEO para comercio electrónico
- 21.2 Tráfico de pago, red de búsqueda, Google Shopping y display
- 21.3 Tráfico vía Social Media
- 21.4 Otras formas de captar tráfico
- 21.5 Omnicanalidad, social commerce, economía compartida y comercio móvil

22. Implementación y uso de la analítica digital para tiendas online

- 22.1 Definición de objetivos de la analítica digital para tiendas online
- 22.2 Plan de medición digital para tiendas online
- 22.3 Analítica digital cuantitativa y cualitativa
- 22.4 KPI, principales métricas de desempeño del comercio electrónico
- 22.5 Data Driven Decisions
- 22.6 Principales técnicas para mejorar la conversión

23. Diseño de tienda online con Woocommerce

- 23.1 Registro de dominio, hosting e instalación de Wordpress
- 23.2 Configuraciones iniciales, instalación y elección de plantilla
- 23.3 Instalación de plugins imprescindibles (Woocommerce)
- 23.4 Módulos para tienda online

23.5 Creación y diseño de secciones

23.6 Instalación de herramientas de análisis de tráfico e indexación en Google

24. Gestión y configuración de la tienda online

24.1 Configuración de la tienda y elección de productos a vender

24.2 Creación de estructura y organización de comercio electrónico

24.3 Instalación de pasarelas de pago

24.4 Configuración de políticas de envío

24.5 Configuración de correos electrónicos y gestión de clientes

24.6 Gestión de inventario, pedidos y promociones

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
Resumen 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. Esto deberán realizarlo los aprendices de forma individual. Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Actividad 1 (se entrega en la semana 1). • Recordar a los aprendices que deberán realizar los exámenes correspondientes a los temas de la semana. 	10 minutos.

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

En este tema, los aprendices 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 aprendices, que la automatización de marketing es una metodología ejecutada, supervisada y evaluada por personas.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del segundo tema de la semana (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 actividad 1

Este es el primer acercamiento formal a la aplicación práctica de marketing automation, por lo que el aprendedor deberá realizar un proyecto corto que contemple el diagnóstico de las necesidades de marketing automation de una empresa creada por él mismo, que contemple la definición de estrategias, propuesta de implementación e indicadores de resultados.

Lo que se busca en la actividad 1 es que los aprendedores puedan identificar las estrategias más adecuadas para corregir y mejorar procesos, como el *customer journey*, y sean capaces de definir a qué dificultades se enfrentan las empresas que no han automatizado sus labores de marketing.

Debido a que se trata de una empresa simulada, será relevante analizar cómo los aprendedores estructuran y le dan forma al proyecto, así como revisar qué tanto profundizan en la presentación de la información que se les solicita.

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). 	El profesor explicará a los aprendedores los contenidos con ejercicios prácticos.	40 minutos.

<ul style="list-style-type: none"> ○ Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos. 		
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 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
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 aprendices los contenidos con ejercicios prácticos y realizará un cierre de los temas correspondientes.	35 minutos.

<p>Explicación de lo siguiente que deberá realizarse fuera de la sesión:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actividad 2. 	<p>Se brindará una breve explicación de lo que consiste la actividad 2. Esto deberán realizarlo los aprendedores de forma individual.</p> <p>Especificar lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actividad 2 (se entrega en la semana 2). • Recordar a los aprendedores que deberán realizar los exámenes correspondientes a los temas de la semana. 	<p>10 minutos.</p>
---	---	--------------------

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

En esta actividad, los aprendedores deben realizar una propuesta de mejora del proceso de administración de leads de una empresa real. Para lograrlo, deberán articular el lead scoring y lead nurturing a la estrategia de CRM. La empresa escogida deberá carecer de un software para

la gestión de relaciones con los clientes. Puede ser una Pyme o una *Startup*. Lo que importará es que los aprendedores puedan aplicar los conceptos aprendidos en la teoría.

Dado que el tiempo para esta actividad es solo de 10 horas y la consecución de la actividad depende de qué tan rápido obtenga respuesta el aprendedor sobre el permiso de la compañía para usar sus datos, también se puede considerar como empresa, la actividad empresarial de un profesional independiente que ofrezca servicios de consultoría.

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 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 	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 3. ● Certificación <i>Software de Marketing</i>. 	Se brindará una breve explicación de lo que consiste la actividad 3. Esto deberán realizarlo los aprendedores de forma individual. Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> ● Actividad 3 (se entrega en la semana 3). ● Recordar a los aprendedores que deberán realizar los exámenes correspondientes a los temas de la semana. ● Recordar a los aprendedores que deberán enviar el diploma de la certificación <i>Software de Marketing</i> (se entrega en la semana 4). 	10 minutos.

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

En la actividad 3 los aprendedores realizarán una propuesta para implementar herramientas de marketing automation en cada fase de un funnel de ventas de su elección. Para hacerlo, ocuparán la información de una empresa ficticia que vende productos especializados.

La presentación del plan de mejora deberá contar con el desarrollo de conceptos como buyer persona y customer journey que se revisaron en temas previos y que servirán como base para elaborar todo el mini proyecto.

Los aprendedores también deberán integrar herramientas de automatización del funnel de ventas, por lo que es importante que cuenten con la experiencia de manejar por lo menos una de las plataformas de generación automática de funnels de conversión revisadas en este tema.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la realización de la certificación *Software de Marketing*

Los aprendedores realizarán la certificación de Software de Marketing de HubSpot. Esta certificación comprende 14 lecciones, por lo que se recomienda comentarlo con los aprendedores para que administren su tiempo. Si: presentada y aprobada 10 puntos, presentada y no aprobada 5 puntos, no presentada y no aprobada 0 puntos.

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.
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. Esto deberán realizarlo los aprendedores de forma individual. Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Actividad 4 (se entrega en la semana 4). • Recordar a los aprendedores que deberán realizar los exámenes correspondientes a los temas de la semana. 	10 minutos.

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

En la actividad 4 los aprendedores deberán realizar un plan de mejora para una empresa startup que contemple los tres grandes rubros de marketing automation, growth hacking y programación. Para este momento los aprendedores tendrán una idea más clara de cómo establecer propuestas de mejora y definir con mayor certeza qué problemáticas se resuelven con ellas.

Realizar esta actividad permitirá que los aprendedores conciban de manera global, las metodologías y herramientas que las compañías tienen a la mano para optimizar sus operaciones y procesos. Si en algún momento los aprendedores percibieron que había una brecha entre un concepto y otro, al realizar esta actividad, lograrán tener una perspectiva conjunta de lo que se puede hacer para lograr las metas de conversión que tiene cualquier empresa que se preocupa por su crecimiento.

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 	El profesor explicará a los aprendedores los contenidos con ejercicios prácticos.	40 minutos.

semana con ejercicios prácticos.		
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.

<p>Explicación de lo siguiente que deberá realizarse fuera de la sesión:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actividad 1. 	<p>Se brindará una breve explicación de lo que consiste la actividad 1 y recordar. Esto deberán realizarlo los aprendedores de forma individual.</p> <p>Especificar lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actividad 1 (se entrega en la semana 6). • Recordar a los aprendedores que deberán realizar los exámenes correspondientes a los temas de la semana. 	<p>10 minutos.</p>
---	--	--------------------

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

En este tema, los aprendedores serán introducidos al growth hacking. Es importante saber que es un método que lleva poco tiempo y su desarrollo ha sido implementado en los startups más importantes de Silicon Valley.

Ver el enlace para ver algunas técnicas de growth hacking que usó AirBnb en su crecimiento exponencial.

Product Alliance. (2020, 14 de agosto). *Famous Growth Hacks Used by Airbnb* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=nzGGWoJky5M>

En caso de tener la posibilidad consultar la introducción del siguiente libro ya que nos ilustra el autor con otros ejemplos interesantes de growth hacking:

- Ellis, S., y Brown, M. (2017). *Hacking Growth: How today's fastest-growing companies drive breakout success*. Estados Unidos: Virgin Books.

En este tema se aborda el funnel pirata, el entendimiento de este mismo es fundamental en el growth hacking, se adjunta el siguiente video para entender su definición.

Markita. (2020, 04 de mayo). *¿Qué es el Funnel Pirata? Aprende Growth Hacking* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=XVfBckZtt-g>

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

En este tema se abordan temas de analítica web. “Lo que no se mide, no se puede mejorar”, esta frase, atribuida frecuentemente a Peter Drucker, pone de manifiesto la importancia de la medición. En analítica web se trata de tener información a modo granular de ser posible. En el mundo laboral se ajustan los parámetros o KPI en función de los objetivos que se quieren mejorar.

Se sugiere que el aprendedor revise las herramientas gratuitas Google Trends y Google Analytics para comenzar un acercamiento con el tipo de información que pueden extraer de las mismas.

Es importante comentar que en el mundo laboral es raro encontrarse con ajustes avanzados de Google Analytics. Se comparte una URL con la que cada aprendiz puede acceder con su cuenta de Google para ver un ejemplo de una ecommerce con ajustes avanzados. Esto con el objetivo de que explore cada detalle de una cuenta.

Google. (2021). *Analytics*. Recuperado de https://analytics.google.com/analytics/web/?utm_source=demoaccount&utm_medium=demoaccount&utm_campaign=demoaccount#/p213025502/reports/reportinghub

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la actividad 1

Este es el primer acercamiento con el growth hacking donde se realiza un mapeo con un funnel pirata. Es posible que la empresa tenga más de un modelo de monetización, pero el ejercicio se cumple al identificar al menos uno.

Respecto a la usabilidad es importante encontrar ideas que generen una buena interacción con el usuario. No se puede profundizar lo suficiente ya que generalmente quienes desarrollan este tipo de mejoras son diseñadores gráficos, aprendedores con perfiles muy visuales.

Finalmente, el Producto Mínimo Viable, en esta parte es importante profundizar mediante una charla con más ejemplos que se encuentren en YouTube.

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.

<p>Explicación de lo siguiente que deberá realizarse fuera de la sesión:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Certificación <i>Lead Management Training: Segmentation, Nurturing, and Lead Qualification</i>. 	<p>Se brindará una breve explicación de lo que consiste la actividad 3. Esto deberán realizarlo los aprendedores de forma individual.</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. • Recordar a los aprendedores que deberán enviar el diploma de la certificación <i>Lead Management Training: Segmentation, Nurturing, and Lead Qualification</i> (se entrega en la semana 7). 	<p>10 minutos.</p>
--	--	--------------------

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

En este tema se aborda el CRO (*Conversion Rate Optimization*), disciplina que sirve para mejorar las conversiones en un sitio web. Luego de conseguir que los usuarios visiten el sitio web, lo segundo más importante es que se conviertan. Puede ser a través de una conversión, llenar un formulario o una venta.

En experiencia, muchas veces se llega a este objetivo de la mejora de conversiones mediante la mejora de usabilidad o UX. En la mayoría de los casos la usabilidad en sitios es tan mala que se debe recurrir a un rediseño de sitio web general.

Se comparte un video de las herramientas preferidas por Sergio Simarro, director del Master CRO de Webpositer, agencia muy respetada en España.

Growth (En.Digital) - por Product Hackers. (2021, 31 de marzo). *Las mejores herramientas para hacer CRO y Growth en proyectos digitales* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=PQDocruj5bU>

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

En este tema se abordarán las metodologías ágiles. Hoy en día no se ha visto una sola compañía que no trabaje con estas herramientas. El mundo laboral está madurando gracias a las herramientas de productividad.

El uso de una metodología ágil permite dar prioridades a las tareas, de esta manera el proyecto tiene un mayor grado de satisfacción para el cliente. En el siguiente video se pueden apreciar las diferencias entre una forma de trabajar tradicional frente a una forma ágil.

Mundo Agile. (2019, 21 de mayo). [Clase 01] Metodologías ágiles... ¿Qué son? [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=mKtGo20tqjA>

Dentro de este tema se aborda también el Producto Mínimo Viable, que se trata de crear una versión inicial o prototipo para ver si va a ser redituable durante el lanzamiento en el mercado. Es importante este tema ya que fue propuesto por Eric Ries en su libro *Lean Startup*, el cual se recomienda leer. Se adjunta video sobre el Producto Mínimo Viable.

Instituto de Marketing Ágil. (2016, 01 de diciembre). *Lean Startup: Construcción de prototipos través de MVP para validar el mercado* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=AY1BjAGR8-A>

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la realización de la certificación *Lead Management Training: Segmentation, Nurturing, and Lead Qualification*

Los aprendedores realizarán la certificación de Lead Management Training: Segmentation, Nurturing, and Lead Qualification de HubSpot. Esta certificación comprende 11 lecciones, por lo que se recomienda comentarlo con los aprendedores para que administren su tiempo. Si presentan y aprueban el examen de certificación obtendrán 5 puntos, y si no presentan el examen y por tal, no lo aprueban, serán acreedores a 0 puntos.

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 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.

<p>Explicación de lo siguiente que deberá realizarse fuera de la sesión:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actividad 2. 	<p>Se brindará una breve explicación de lo que consiste la actividad 2. Esto deberán realizarlo los aprendedores de forma individual.</p> <p>Especificar lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actividad 2 (se entrega en la semana 8). • Recordar a los aprendedores que deberán realizar los exámenes correspondientes a los temas de la semana. 	<p>10 minutos.</p>
---	---	--------------------

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

En este tema se abordará la Psicología en el Growth Marketing para llegar al estudio del comportamiento de los usuarios. Se recomienda consultar enardecidamente el siguiente episodio del podcast CRO café, creador del Máster de CRO de KSchool.

CRO.CAFE Español. (s.f.). *Persuasión, psicología y economía conductual. Así manejan nuestros hilos, con Ramón Nogueras* [Audio podcast]. Recuperado de <https://podcasts.apple.com/es/podcast/persuasi%C3%B3n-psicolog%C3%ADa-y-econom%C3%ADa-conductual-as%C3%AD-manejan/id1543792857?i=1000510390157>

En el growth marketing es esencial hacer experimentos constantes con el objetivo de encontrar patrones de comportamiento de los usuarios. Por ejemplo, en un sitio web si se oferta un producto y se quiere captar leads o posibles compradores, es una buena idea colocar un formulario en alguna parte del sitio, pero ¿qué pasaría si tiene una baja conversión? Si se encuentran que muy pocos usuarios interactúan con dicho formulario entonces se deberán implementar algunos experimentos para aumentar dicha participación.

Muchas veces estos formularios aumentan estas cifras posicionándolo lo más arriba posible. Experimentar con los colores usados en el formulario también es buena idea, y finalmente el color de los botones.

Se recomienda leer la descripción de una herramienta como Hotjar para conocer el alcance y el tipo de información que podría recopilarse dentro de un sitio web.

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

Dependiendo del tipo de producto la necesidad de adquisición va a ser diferente, por ejemplo, en algunos negocios siempre existen las estrategias de publicidad pagada. En el tema se aborda cómo *estrategias push* se han visto en rubros de seguros.

Por otra parte, la necesidad del negocio apunta más hacia atraer mediante *estrategias pull*, donde los usuarios deben llegar de forma más natural. Es vital pensar en un medio de comunicación donde los usuarios lleguen de manera orgánica desde Google.

Respecto a la activación, un ejemplo claro es cuando los usuarios siguen los anuncios en plataformas como Facebook o Google con el objetivo de retener clientes y regresar a la tienda y finalizar una compra del algún producto o servicio.

Finalmente, sobre monetización es más común encontrar sitios que ganan mediante publicidad, generación de leads o venta de algún bien o servicio. Aunque en los últimos meses se ha visto cada vez más empresas con modelos de afiliación, quienes ganan una comisión por recomendar algún producto. La empresa más famosa en este mismo rubro es Amazon.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la actividad 2

En este segundo acercamiento, el aprendedor deberá analizar más a detalle las etapas por las que un usuario llega a la conversión en un negocio. Esta conversión no siempre significa una venta, puede ser llenar un formulario o suscribirse a una lista.

Una buena práctica para tomar ideas es que el aprendedor se imagine que es un cliente del sitio web analizado. Ahora el aprendedor puede comenzar a generar ideas de qué es lo que le molesta de ese sitio y por qué no compra o si existen detalles que podría agilizar ese proceso de venta.

Finalmente, respecto a los modelos de monetización es importante que el aprendedor identifique al menos uno. Ahora imaginemos que elige el de mostrar anuncios. Es importante que el aprendedor investigue mediante blogs o videos en YouTube experiencias de personas que han monetizado de esta forma en México o alguna parte de América Latina. Ya que contamos con plataformas muy parecidas. Esto le brindará al aprendedor un aproximado de las ganancias que podría generar con cierta cantidad de impresiones (veces que se muestra un anuncio) y con clicks que generalmente pagan mejor con el segundo.

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 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 previo.	El profesor resumirá 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. 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.

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

Hay métodos de captación de clientes, uno de los más comunes es mediante un blog, escribir contenidos cubriendo los temas relacionados con un modelo de negocio. Por ejemplo, si se tiene una tienda de productos de jardinería, se puede escribir también sobre los tipos de plantas y el mejor cuidado que se puede brindarles a estas.

Por otro lado, el *guest posting* o *guest blogging* sigue siendo una práctica común para mejorar el perfil de los sitios web. Esto funciona actualmente porque internet funciona como una telaraña, se trata de que un sitio enlace con otro sitio y mientras más conexiones logre hacer mejor es para los ojos de Google.

El SEO o posicionamiento en buscadores es también buena fuente de adquisición ya que, una vez apareciendo en los primeros puestos, el costo no aumenta como es el caso de Google ADS. Es importante mencionar que al invertir en SEO se deberá estar consciente de que se trata de una inversión constante.

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

Sobre el email marketing existe una famosa frase que dice “El dinero está en la lista”. Se refiere a que cualquier negocio debe mantener una base de datos con correos electrónicos de clientes, leads o prospectos. Esto es muy sencillo, imagina tener un negocio con una página de Facebook con 2 millones de fans, tomar la decisión de seguir apostando por esta red social, y un buen día la compañía decide cambiar la forma de mostrarse como pasó en un reciente cambio de algoritmo de Facebook, que a medida que el tamaño de fans era mayor, el nivel de interacción tenía que ser proporcional, de lo contrario el nivel de exposición era mínimo y nos obliga a pagar para incrementar dicha exposición.

Ahora en un supuesto más agresivo, que llegue a algún hackeo de cuentas, como se ha visto con frecuencia en redes sociales como Instagram hasta el grado de perder los cientos de miles de seguidores. Es por eso por lo que el crecimiento debe ser proporcional en muchas redes al mismo tiempo, pero más importante siempre ocuparse de crear una lista de suscriptores.

Semana 9

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:	El profesor explicará a los aprendedores los contenidos con ejercicios prácticos.	40 minutos.

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

Bloque 2

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

Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
<p>Resumen de lo realizado en el bloque anterior.</p>	<p>El profesor resumirá de manera dinámica lo realizado en el bloque anterior.</p>	<p>10 minutos.</p>

<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>
---	--	--------------------

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

En este tema los aprendedores conocerán la introducción al comercio electrónico, se revisarán los fundamentos del comercio electrónico, los motivos para vender online, las ventajas de vender online, con el propósito de que se analice las formas de negocio. Es probable que los aprendedores conozcan los términos B2B, B2C, C2C, B2I, B2A y C2A, y puedan dar un ejemplo de cada uno de ellos.

Un punto que se debe tomar en cuenta a explicar es que los mismos modelos de negocios ecommerce no solo son de compra-venta de bienes o servicios, el objetivo es que se enmarque los tipos de negocios. Se sugiere dar ejemplos de cada tipo de negocio y que los aprendedores participen aportando otro ejemplo.

Es necesario que el aprendedor conozca las ventajas del comercio electrónico, los obstáculos y posibilidades para crear un buen proceso de venta, es en este punto que se debe centrar la atención del aprendedor para realizar una planeación del proceso de venta online y tomar en cuenta cada crisis o desventaja para crear una oportunidad.

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

En este tema los aprendedores identificarán los tipos de modelos de negocios digitales, la forma en la que se hace un modelo de negocio y todas las partes que se estructura conforme el modelo de negocio en sí.

Hay que recordarle al aprendedor que un modelo de negocio no es igual a su estrategia ni a su plan de negocios. Por ello es necesario que se ilustren estas diferencias con un ejemplo y mencionar la serie de pasos y preguntas a responder para definir el modelo de negocio.

Los aprendedores deben comprender muy bien qué es una propuesta de valor y cómo realizarla, por lo que se sugiere crear una propuesta de valor que sea descriptiva, precisa y fácil de entender e identificar por un cliente o persona que no esté involucrada en la maestría, con la finalidad de leerle la propuesta y que la persona lo entienda.

En el subtema plan estratégico para una tienda en línea, es importante crear un plan estratégico donde se responda las preguntas planteadas en el tema.

Los aprendedores deben comprender muy bien de dónde provienen las fuentes de ingreso y cuáles son los recursos claves para su negocio.

Finalmente, es importante que los aprendedores comprendan desde la creación y la entrega de valor hasta evaluar la rentabilidad de la empresa y su viabilidad económica.

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 	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
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"> • Certificación <i>Digital Advertising 101: How to Develop a Winning Online Advertising Strategy</i>. 	Se brindará una breve explicación de lo que consiste la actividad 3. Esto deberán realizarlo los aprendices de forma individual. 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. • Recordar a los aprendices que deberán enviar el diploma de la certificación <i>Digital Advertising 101: How to Develop a Winning Online Advertising Strategy</i> (se entrega en la semana 11). 	10 minutos.

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

En este tema se verá la elección de tecnologías de desarrollo, donde se revisa los diferentes tipos de hosting, los procesos de venta en Marketplace, así como las tácticas y herramientas para elegir las mejores tecnologías.

Es necesario resaltar los elementos que se deben tomar en cuenta a la hora de seleccionar la tecnología para una tienda online, de tal forma que el aprendedor comprenda: la facilidad de acceso y escalabilidad de una tienda online, espacio de almacenamiento para una tienda online y cómo compararla, ancho de banda, velocidad de carga, horario y calidad de servicio de soporte.

No se espera que los aprendedores sean programadores, pero sí deben conocer los distintos lenguajes de programación para reconocerlos. Deben saber definir el tipo de usuario que son y el usuario al que van dirigido ya que cada configuración tiene un tipo de tecnología que se adapta a las necesidades de cada aprendedor.

Finalmente, se sugiere examinar las estrategias para establecer un negocio online y que identifiquen ejemplos de cada táctica mencionada.

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

En este tema se revisarán las estrategias de productos, los roles de los proveedores y su importancia para que una tienda online funcione como reloj. Los aprendedores deben comprender los diferentes tipos de proveedores que existen y cuál les puede funcionar mejor de acuerdo con el giro de su negocio. Se sugiere realizar un supuesto de tiendas online de productos no estándar para que los aprendedores busquen alternativas originales para proveer dichos productos, buscar alternativas de logística, gestión de inventario y almacenamiento de estos productos.

En la misma dinámica se sugiere que los aprendedores creen una política de envío y devoluciones de productos de "categoría A" pensando en las implicaciones que tiene la diferencia de productos, los tiempos de devolución, gastos de devolución, acciones para devolver el producto y reembolso.

En el subtema aspectos legales de comercio electrónico es importante resaltar las organizaciones que ayudan a registrar a una marca o negocio.

Notas para el profesor impartidor correspondientes a la realización de la certificación *Advertising: How to Develop a Winning Online Advertising Strategy*

Los aprendedores realizarán la certificación de Advertising: How to Develop a Winning Online Advertising Strategy de HubSpot. Esta certificación comprende 11 lecciones, por lo que se recomienda comentarlo con los aprendedores para que administren su tiempo. Si presentan y aprueban el examen de certificación obtendrán 10 puntos, si presentan el examen, pero no lo aprueban, obtendrán 5 puntos y si no presentan el examen y por tal, no lo aprueban, serán acreedores a 0 puntos.

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 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.
Explicación de lo siguiente que deberá realizarse fuera de la sesión: <ul style="list-style-type: none"> • Proyecto integrador. 	Se brindará una breve explicación de lo que consiste el proyecto integrador. Esto deberán realizarlo los aprendedores de forma individual. Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Proyecto integrador (se entrega en la semana 12). • Recordar a los aprendedores que deberán realizar los exámenes correspondientes a los temas de la semana. 	10 minutos.

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

En este tema los aprendedores conocerán la captación de tráfico para su tienda online, así como las ventajas del SEO. Es importante remarcar el cómo especificar las palabras claves de un producto, usar las Meta tags para optimizar tanto el texto como las imágenes, por lo que se sugiere hacer un ejercicio donde los aprendedores coloquen palabras claves de una marca, un producto, un texto y las imágenes.

Es importante que los aprendedores comprendan los diferentes tipos de tráfico y cómo pueden invertir para atraer a los usuarios, así como cuáles son las plataformas sociales más utilizadas para conectar con los clientes potenciales. Se sugiere mostrar ejemplos donde los aprendedores identifiquen estrategias para aumentar su tráfico.

Mencionar las estrategias comerciales que integran todos los canales de comunicación como es la omnicanalidad.

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

En este tema se conocerá la implementación de la analítica digital para una tienda online, sus objetivos, la manera de hacer un plan de analítica, sus tipos y la conversión a seguidores.

Los aprendedores deben conocer y comprender el proceso que se necesita para analizar una página web, cuáles son los objetivos que se buscan, interpretar y examinar la información de la conducta del cliente mientras utiliza una página web.

En el subtema “herramientas útiles para la analítica web” se muestran los diferentes medios por donde se pueden interpretar datos de los usuarios, es importante que el aprendedor las identifique y comente cuáles son las que ha utilizado, cuáles cree que tienen más éxito y por qué.

Se recomienda profundizar en las estrategias y tácticas para una página web.

Notas para el profesor impartidor correspondientes al proyecto integrador

En este espacio se abordará un proyecto de una empresa existente, el primer reto es trabajar con una marca medianamente conocida debido a que se reflejará con mayor claridad los resultados. En los siguientes párrafos se hablará sobre cuatro tipos de sitios web donde se puede aplicar con gran detalle el **growth hacking**.

El primer modelo son las tiendas electrónicas, proyectos de **ecommerce** o de alguna empresa con modelos de monetización con productos definidos. En proyectos como tiendas se pueden correr experimentos y encontrar mejoras en poco tiempo.

La realidad en el mundo digital en México es que muchas empresas apenas están descubriendo modelos de monetización. Algunos han sido empujados con la pandemia, es decir, tenían planes de pasar al mundo digital y cuando llegó la pandemia tuvieron que migrar lo más pronto posible hacia modelos de monetización totalmente digitales y al mismo tiempo luchando contra el recorte de personal. Algunos **periódicos o medios de comunicación** en el país migraron hacia esta digitalización.

La tercera opción donde pueden aplicar el growth hacking son los **SAAS** (*Software As A Service*) startups famosas o incluso veteranos del área de la tecnología que van a entrar a competir por esas soluciones como servicio. Estos pueden ser softwares o aplicaciones móviles con oportunidades de crecimiento.

Finalmente, donde se puede aplicar es en las Pymes. **Negocios locales**, por diminuto que parezca tomar un proyecto local existen negocios como farmacias que tienen presencia en varios estados. Donde pequeños cambios en las estrategias digitales pueden traer grandes beneficios.

El tráfico hacia un sitio web juega un papel importante para hacer mejoras, la recomendación es tomar aquellos proyectos con al menos 30,000 visitas mensuales. Es complejo, pero también puede ayudar a encontrar algunos sitios con estas características.

El presupuesto que tengan las empresas también serán determinantes en los resultados. De preferencia abordar empresas que destinen una cantidad para correr experimentos. A pesar de que existen herramientas con pruebas gratuitas, la mayoría de las veces no es suficiente para obtener resultados y tomar decisiones. Un buen filtro es elegir alguna empresa que pague alguna herramienta premium como las que mencionamos en los temas.

Aquí se mencionan algunas:

Herramientas de SEO: Ahrefs, Semrush, Moz
 Herramientas de comportamiento: Hotjar, Crazy Egg
 Herramientas de Testing A/B: Google Optimize
 Google Analytics 360

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
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
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. 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.

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

En este tema se verá el diseño de una tienda online WooCommerce. Los aprendedores deberán comprender los pasos de manera práctica y sencilla sobre cómo iniciar un negocio online usando WordPress y utilizar el plugin WooCommerce.

Para facilitar el trabajo se sugiere que el aprendiz cree una tienda online de prueba con el plugin WooCommerce, de esta manera comenzará a crear contenido desde el inicio de tal forma que se acostumbren a dicha estructura. Es importante que el aprendiz inicie buscando un hosting y un dominio (con la información obtenida previamente en el mismo curso) y configurará de forma práctica WooCommerce, creando un módulo de tienda.

Los aprendedores deben conocer cómo indexar a Google su página para que puedan ser vistos por sus clientes potenciales.

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

En este tema los aprendedores revisarán la configuración de la tienda y los productos que tiene la misma, la estructura de comercio electrónico de la tienda, la pasarela de pagos, políticas de envíos, correo electrónico y gestión de clientes como inventario de pedidos y promoción en la página WooCommerce.

Es importante recordar al aprendiz que la planeación, gestión y configuración son los pasos fundamentales de la tienda online y que en ellos se basa el éxito de la tienda creada.

Para finalizar, los aprendices deben planear cada detalle de su tienda, esto hace la diferencia entre su marca y la competencia, es por ello por lo que hay que planear desde el producto, conocer los costos y comisión, así como las políticas y formas de pago.

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 aprendiz	<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 aprendiz	<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 style="text-align: center;">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 aprendizador	<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.