



ID de la fotografía: 905114726

Estrategias de Producto y Promoción Modalidad Connect

Guía para el profesor
MTMT5001
Nivel Maestría

Contenido

Información general del curso.....	3
Competencias del curso.....	3
Introducción al curso.....	3
Metodología.....	3
Bibliografía.....	4
Evaluación.....	4
Estructura de las sesiones.....	5
Actividades.....	5
Evaluación.....	7
Calendario.....	8
Bibliografía y recursos especiales.....	8
Contenido del curso.....	9
Herramientas.....	10
Preguntas frecuentes.....	10
Guía para las sesiones.....	11
Semana 1.....	11
Semana 2.....	14
Semana 3.....	18
Semana 4.....	21
Anexo 1. Rúbrica de evidencia 1.....	25
Anexo 2. Rúbrica de evidencia 2.....	27



Información General del Curso

Nombre del curso: Estrategias de Producto y Promoción

Nivel: Maestría

Modalidad: Connect

Clave: MTMT5001

Competencias del Curso

- Diseña estrategias para la creación o desarrollo de productos en los distintos niveles de su ciclo de vida.
- Desarrolla estrategias publicitarias, de promoción de ventas y de relaciones públicas, utilizando medios tradicionales y digitales para dar a conocer los productos o servicios a los consumidores.

Introducción al Curso

¡Bienvenido al curso de Estrategias de Producto y Promoción!

Gracias a las nuevas tecnologías, a las telecomunicaciones en la era digital, y a los cambios sociales en el comportamiento del consumidor, la variedad de productos y servicios en el mercado es cada vez más amplia. Por ello, en este curso podrás conocer cómo desarrollar estrategias de desarrollo de productos, comunicación, distribución y valor de marca, para otorgarle mayor valor al consumidor.

Prepárate para familiarizarte con los elementos básicos que se deben tomar en cuenta en el desarrollo de un producto y su comunicación, pues con ellos establecerás la mejor estrategia a seguir en un plan de mercadotecnia.

¡Te deseamos mucho éxito!

GUÍA PARA EL PROFESOR

Derechos reservados © Universidad Tecmilenio



Este curso te ofrece la oportunidad de obtener la certificación de *Digital Advertising* de HubSpot. Revisa este [documento](#) y las instrucciones de la Evidencia 2 para obtener más información al respecto.

Metodología

Se ha diseñado un curso **Connect** 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 cursos Connect promueve la interacción virtual entre estudiantes 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 curso es **tetramestral** y tiene una distribución **semanal**; en cada semana se lleva a cabo una sesión virtual sincrónica de tres horas a través de una herramienta tecnológica de videoconferencia. La asistencia a estas sesiones es muy importante, pero no obligatoria, ya que tienes la posibilidad de revisar la sesión grabada en caso de no asistir en el horario establecido.

Comentado [LMUM1]: PW: favor de ligar a Manual certificaciones HubSpot

Certificación de Digital Advertising de HubSpot

El curso Estrategias de Producto y Promoción está diseñado bajo el modelo de **aprender haciendo**, que caracteriza a la Universidad Tecmilenio. A través del mismo, adquirirás conocimientos, habilidades y actitudes con los que podrás demostrar tu **saber** y tu **saber hacer**. Para lograr este objetivo, realizarás diversas actividades y evidencias, reforzarás/ampliarás tu conocimiento con el estudio del contenido, y compartirás tus experiencias y aprendizajes con otros profesionistas.

Este curso tiene dos módulos, de cuatro temas cada uno, dos evidencias y un examen final. Las evidencias del curso están encaminadas a elaborar estrategias de marca, etiqueta, empaque y comunicación, de acuerdo con las características del producto o servicio seleccionado y su ciclo de vida.

Para la realización de tu proyecto, deberás:

- Revisar el manual de proyecto.
- Definir la problemática a resolver, identificar antecedentes y contexto.
- Elaborar una fundamentación conceptual y proponer una solución.
- Elaborar un resumen ejecutivo y un reporte de proceso.

Este curso te ofrece la oportunidad obtener la certificación de Digital Advertising de HubSpot. Revisa las instrucciones de la Evidencia 2 para obtener más información al respecto.

No olvides revisar la sección de Evaluación para conocer a detalle la ponderación de cada entregable.

¡Bienvenido a esta experiencia de aprendizaje!

Bibliografía

Cada curso requiere un material bibliográfico disponible en formato electrónico, para que su adquisición sea más accesible y económica. Para conocer cuál es el libro que debes adquirir, revisa la sección **Bibliografía** de tu curso.

Evaluación

En la sección **Evaluación** puedes consultar cómo se integrará la calificación final. Dependiendo del curso, la evaluación puede variar con una combinación de los siguientes elementos:

- Exámenes aplicados en plataforma en las semanas 1 y 3.
- Dos evidencias para acreditar el avance en el nivel de competencia adquirido por el alumno.
- Actividades que retomen el contenido conceptual de los temas de la semana.
- Evaluación final estandarizada compuesta por instrumentos tales como mini casos, exámenes de opción múltiple, ensayos, proyectos, entre otros.

Estructura de las sesiones

Las sesiones se dividen en tres bloques; estas son las actividades que se recomienda realizar:

Bloque 1	Bloque 2	Bloque 3
<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida y presentación de agenda. • Actividad de bienestar-mindfulness. • Desarrollo de temas de la semana. <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplicación en contextos reales. ○ Actividades. ○ Cierre del tema. • Cierre del bloque mediante utilización de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, foro o quiz. • Receso. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad de reconexión. • Desarrollo de temas de la semana. <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplicación en contextos reales. ○ Actividades. ○ Cierre del tema. • Cierre del bloque mediante utilización de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, foro o quiz. • Receso. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad de reconexión. • Desarrollo de temas de la semana. <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplicación en contextos reales. ○ Actividades. ○ Cierre del tema. • Cierre de la sesión mediante utilización de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, foro o quiz.

Antes de acudir a una sesión, es necesario que realices las lecturas de las explicaciones y del libro de texto, ya que te proporcionarán los fundamentos teóricos de los temas del curso. De igual manera, se requiere que revises el material adicional como videos y lecturas.

Durante las sesiones sincrónicas el docente da una breve explicación del tema, resuelve dudas, comparte las instrucciones de las actividades y te acompaña durante la realización de éstas.

Actividades

Algunas actividades han sido diseñadas para realizarse de manera individual y otras de manera colaborativa. Para las actividades colaborativas el profesor integra equipos con alumnos de diferentes campus, lo cual te permite obtener experiencias de aprendizaje más enriquecedoras.

Para mayor efectividad del trabajo colaborativo se utilizan las funcionalidades de la herramienta de colaboración que permiten la creación de salas virtuales interactivas, donde puedes compartir pantallas, documentos, videos y audios.

Como una forma de promover el dinamismo y la interacción de los alumnos 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.

El resultado de todas las actividades y tareas realizadas durante la semana deberá concentrarse en un solo documento, el cual se entregará 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 que desde el inicio de la semana tengas claro el nivel de complejidad y esfuerzo que se requiere para realizar las entregas semanales y garantizar tu éxito dentro del curso.

En caso de tener dudas sobre algún ejercicio o sobre el contenido del curso, puedes contactar a tu docente a través de los medios que este 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:

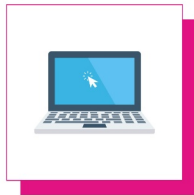
Es muy importante que cuentes con los siguientes **requerimientos tecnológicos** para llevar a cabo y con éxito las sesiones:



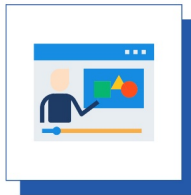
Red con conexión ancha para tener una excelente comunicación, mínimo con **6 MB** de ancho de banda.



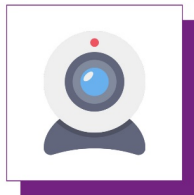
Uso de los navegadores Chrome o Firefox



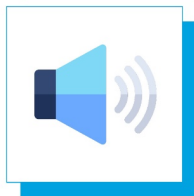
Computadora



Durante la sesión se recomienda no tener otras aplicaciones abiertas (ejemplo: Facebook, Netflix, YouTube, etc.)



Cámara



Micrófono o bocinas



Número	Evaluable	Ponderación
1	Evidencia 1	40
2	Evidencia 2	40
3	Examen final	20
Total:		100

Calendario ✓

Semana	Temas	Actividades	Tareas	Evidencia	Examen
1	1. Administración del producto 2. Marca				
2	3. Empaque, etiqueta y embalaje 4. Desarrollo de nuevos productos			✓	
3	5. Comunicación integral de mercados 6. Estrategia publicitaria y relaciones públicas				
4	7. Promoción de ventas 8. Uso de redes sociales para relacionarse con los consumidores			✓	
5	Examen final				✓

Bibliografía y recursos especiales

Libro de texto

Kotler, P. (2016). *Marketing* (16ª ed.). México: Pearson.
ISBN: 9786073238618

Libros de apoyo

- Clow, K. (2018). *Integrated advertising, promotion and marketing communications. Global Edition* (8ª ed.). Reino Unido: Pearson.
ISBN: 9781292222752
- Trott, P. (2016). *Innovation Management and New Product Development* (6a. ed.). Reino Unido: Pearson.

GUÍA PARA EL PROFESOR

Contenido del curso

Tema 1.	Administración del producto
Tema 2.	Marca
Tema 3.	Empaque, etiqueta y embalaje
Tema 4.	Desarrollo de nuevos productos
Tema 5.	Comunicación integral de mercados
Tema 6.	Estrategia publicitaria y relaciones públicas
Tema 7.	Promoción de ventas
Tema 8.	Uso de redes sociales para relacionarse con los consumidores

Herramientas

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

Preguntas frecuentes

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

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

¿Quién me informa de la cantidad de sesiones y el tiempo de cada una en las semanas?

El coordinador docente te debe de 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 alumnos estén informados de su avance y reciban retroalimentación de parte tuya de todo lo que realizan en el curso. En banner es el registro oficial de las calificaciones de los alumnos.

Guía para las sesiones

Semana 1

Bloque 1

Actividad	Descripción	Duración
Bienvenida	El profesor se presenta ante el grupo y da una breve introducción al curso.	5 minutos
Actividad de bienestar	El profesor seguirá las instrucciones de la actividad correspondiente y accederá al siguiente enlace: https://youtu.be/JNCVDK2thZI	5 minutos
Agenda de clase	El profesor explicará a los alumnos los contenidos y actividades que se revisarán durante la clase.	5 minutos
Desarrollo del tema	Revisión del Tema 1. Administración del producto	20 minutos
Actividad del tema	Revisar las instrucciones de la Evidencia 1. Se puede avanzar de acuerdo con el tema visto.	10 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	15 minutos

• • • • **Bloque 2** • • • •

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad, de preferencia física, para ayudar al alumno a reconectarse a la clase (ejemplo: sentadillas, estiramientos, etcétera).	5 minutos
Desarrollo del tema	Revisión del Tema 2. Marca	20 minutos
Actividad del tema	Revisar las instrucciones de la Evidencia 1. Se puede avanzar de acuerdo con el tema visto.	15 minutos
Cierre	El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, quiz o foro plenario.	5 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	15 minutos

• • • • **Bloque 3** • • • •

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad que refuerce alguna fortaleza. Intervenciones positivas.	5 minutos
Desarrollo del tema	Repaso de los temas 1. Administración del producto 2. Marca	20 minutos
Actividad del tema	Revisar las instrucciones de la Evidencia 1. Se puede avanzar de acuerdo con el tema visto.	15 minutos
Cierre	El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, quiz o foro plenario.	5 minutos

• • • • **Criterios de evaluación de la semana** • • • •

Esta actividad forma parte de una evaluación formativa y su objetivo es prepararte para realizar las evidencias, por lo que es importante desarrollarla, aunque no tenga valor en la evaluación final.

Bloque 1

Actividad	Descripción	Duración
Bienvenida	El profesor se presenta ante el grupo y da una breve introducción a la sesión.	5 minutos
Actividad de bienestar	El profesor seguirá las instrucciones de la actividad correspondiente y accederá al siguiente enlace: https://youtu.be/oq-kIVxvm5g	5 minutos
Agenda de clase	El profesor explicará a los alumnos los contenidos y actividades que se revisarán durante la clase.	5 minutos
Desarrollo del tema	Revisión del Tema 3. Empaque, etiqueta y embalaje	20 minutos
Actividad del tema	Realizar la parte 1 de la Evidencia 1.	10 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	15 minutos



Evidencia 1

Parte 1

1. Para comenzar, revisa el manual de proyecto de este curso, haciendo clic [aquí](#).
2. Prepara un documento en Word con la siguiente información:
 - a. Portada con datos de la institución y curso.
 - Nombre y logo de Tecmilenio.
 - Nombre del documento a entregar.
 - Nombre, matrícula y campus.
 - Nombre de tu profesor.

Comentado [LMUM2]: PW: favor de ligar a Manual de Proyecto

- Fecha de entrega.
- b. Definición y delimitación del problema.
- Plantea un proyecto específico que corresponda a la temática presentada en el manual de proyecto (punto 1). Este planteamiento debe estar acotado al tiempo que tienes para realizarlo, por tanto, debe ser muy concreto.
 - La definición y delimitación del problema señala el supuesto que se quiere comprobar, investigar o resolver.
 - Propón un título para tu proyecto tomando en cuenta lo que has delimitado durante esta fase.

Entregable

Documento que incluya lo solicitado.

• • • • **Bloque 2** • • • •

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad, de preferencia física, para ayudar al alumno a reconectarse a la clase (ejemplo: sentadillas, estiramientos, etcétera).	5 minutos
Desarrollo del tema	Revisión del Tema 4. Desarrollos de nuevos productos	15 minutos
Actividad del tema	Realizar la parte 2 de la Evidencia 1.	20 minutos
Cierre	El profesor deberá generar una actividad con el apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, quiz o foro plenario.	5 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	15 minutos



Evidencia 1

Parte 2

- c. Antecedentes.
- Incluye un análisis de la problemática específica del proyecto que fue definida. Algunas de las preguntas que se pueden plantear son: el tema seleccionado, ¿es realmente un problema?, ¿es relevante?, ¿para quién?, ¿a quién le interesa o podría interesarle lo que van a investigar?, ¿en dónde es un problema?
 - Describe los orígenes del problema, las iniciativas aplicadas y los resultados obtenidos a lo largo del tiempo.
- d. Objetivo del proyecto.
- Ya que se contestaron algunas de las preguntas anteriores, y se decidió que lo que se investigará sí es importante y relevante, formula el objetivo, el cual debe ser claro y preciso, para que se conozca en lo que se trabajará. Utiliza metodología SMART o FAST. <https://sloanreview.mit.edu/article/with-goals-fast-beats-smart/>

Entregable

Documento que incluya lo solicitado.

Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad que refuerce alguna fortaleza. Intervenciones positivas.	5 minutos
Desarrollo del tema	Repaso de los temas 3. Empaque, etiqueta y embalaje 4. Desarrollos de nuevos productos	15 minutos
Actividad del tema	Realizar la parte 3 de la Evidencia 1.	20 minutos
Cierre	El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, quiz o foro plenario.	5 minutos



Evidencia 1

Parte 3

- c. Fundamentación conceptual.
- Existe un orden lógico y secuencial de elementos teóricos procedentes de fuentes bibliográficas fidedignas alrededor del planteamiento del problema y que sirven de base y fundamentación para proponer soluciones. Al menos cinco fuentes confiables.

Análisis de contexto.

- Especifica el lugar u organización en donde se desarrolla el proyecto.
- Considera y explicita su ubicación en el tiempo, así como en las dimensiones geo-socioculturales, económico-sociales y políticas.

Primera propuesta de solución.

- Con base en lo anterior, redacta en media cuartilla cómo resolverías la problemática presentada.

Entregable

Documento que incluya lo solicitado.

El resultado de la evidencia realizada durante la semana se deberá concentrar en **un solo documento**, el cual se entregará a través de la plataforma tecnológica para su revisión y evaluación por parte del docente, con base en la rúbrica de evaluación disponible en el Anexo 1.

GUÍA PARA EL PROFESOR

Actividad	Descripción	Duración
Bienvenida	El profesor se presenta ante el grupo y da una breve introducción a la sesión.	5 minutos
Actividad de bienestar	El profesor seguirá las instrucciones de la actividad correspondiente y accederá al siguiente enlace: https://youtu.be/lrsaUmq2l1w	5 minutos
Agenda de clase	El profesor explicará a los alumnos los contenidos y actividades que se revisarán durante la clase.	5 minutos
Desarrollo del tema	Revisión del Tema 5. Comunicación integral de mercados	20 minutos
Actividad del tema	Revisar las instrucciones de la Evidencia 2. Se puede avanzar de acuerdo con el tema visto.	10 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	15 minutos

• • • • **Bloque 2** • • • •

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad, de preferencia física, para ayudar al alumno a reconectarse a la clase (ejemplo: sentadillas, estiramientos, etcétera).	5 minutos
Desarrollo del tema	Revisión del Tema 6. Estrategia publicitaria y relaciones públicas	15 minutos
Actividad del tema	Revisar las instrucciones de la Evidencia 2. Se puede avanzar de acuerdo con el tema visto.	20 minutos
Cierre	El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, quiz o foro plenario.	10 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	10 minutos

Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad que refuerce alguna fortaleza. Intervenciones positivas.	5 minutos
Desarrollo del tema	Repaso de los temas 5. Comunicación integral de mercados 6. Estrategia publicitaria y relaciones públicas	15 minutos
Actividad del tema	Revisar las instrucciones de la Evidencia 2. Se puede avanzar de acuerdo con el tema visto.	20 minutos
Cierre	El profesor deberá generar una actividad con el apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, quiz o foro plenario.	5 minutos

Criterios de evaluación de la semana

Esta actividad forma parte de una evaluación formativa y su objetivo es prepararte para realizar las evidencias, por lo que es importante desarrollarla, aunque no tenga valor en la evaluación final.

● ● ● ● **Bloque 1** ● ● ● ●

Actividad	Descripción	Duración
Bienvenida	El profesor se presenta ante el grupo y da una breve introducción a la sesión.	5 minutos
Actividad de bienestar	El profesor seguirá las instrucciones de la actividad correspondiente y accederá al siguiente enlace: https://youtu.be/zmGogSbH5FQ	5 minutos
Agenda de clase	El profesor explicará a los alumnos los contenidos y actividades que se revisarán durante la clase.	5 minutos
Desarrollo del tema	Revisión del Tema 7. Promoción de ventas	20 minutos
Actividad del tema	Realizar la parte 1 de la Evidencia 2.	10 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	15 minutos


Evidencia 2

La evidencia final consiste en elaborar las estrategias relacionadas con la marca, etiqueta y envase, así como las estrategias promocionales y publicitarias, de acuerdo con las características del producto o servicio seleccionado, utilizando las herramientas aprendidas en la materia y de acuerdo con la posición en el ciclo de vida del producto.

El participante obtendrá la Certificación de *Digital Advertising* de HubSpot.

Haz clic [aquí](#) para conocer el proceso para completar tu certificación en HubSpot.

Comentado [LMUM3]: PW: favor de ligar a DIGITAL-ADVERTISING

Parte 1

1. Retroalimentación de la evidencia 1.

Entrega las correcciones realizadas a la evidencia 1. Incluir todos los elementos de la misma (definición del problema, objetivos, fundamentación conceptual). Envía el documento electrónico con toda la información

GUÍA PARA EL PROFESOR

Derechos reservados © Universidad Tecmilenio

requerida.

2. Contexto.
Especifica el lugar u organización en donde se desarrolla el proyecto. Considera su ubicación en el tiempo, así como en las dimensiones geo-socioculturales, económico-sociales y políticas.
3. Realiza y aprueba la Certificación *Digital Advertising* de HubSpot. El contenido de la certificación está disponible desde que inicies tu curso. Debes seguir las instrucciones de la plataforma y aprobar la certificación.

Entregable

Documento que incluya lo solicitado.

• • • • **Bloque 2** • • • •

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad, de preferencia física, para ayudar al alumno a reconectarse a la clase (ejemplo: sentadillas, estiramientos, etcétera).	5 minutos
Desarrollo del tema	Revisión del Tema 8. Uso de redes sociales para relacionarse con los consumidores	15 minutos
Actividad del tema	Realizar la parte 2 de la Evidencia 2.	20 minutos
Cierre	El profesor deberá generar una actividad con el apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, quiz o foro plenario.	10 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	10 minutos



Evidencia 2

Parte 2

1. Metodología.
Describe el o los métodos utilizados para definir las estrategias de producto y promoción (puede ser una o más combinaciones de técnicas).
2. Propuesta de solución.
La propuesta de solución (elaboración de estrategias de promoción y de producto) debe estar basada en la fundamentación conceptual.

Entregable

Documento que incluya lo solicitado.

Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
Actividad	Descripción.	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad que refuerce alguna fortaleza. Intervenciones positivas.	5 minutos
Desarrollo del tema	Repaso de los temas 7. Promoción de ventas 8. Uso de redes sociales para relacionarse con los consumidores	15 minutos
Actividad del tema	Realizar la parte 3 de la Evidencia 2.	20 minutos
Cierre	El profesor deberá generar una actividad con el apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, quiz o foro plenario.	5 minutos



Evidencia 2

Parte 3

1. Diagrama.
Presenta un diagrama con el proceso de comunicación y la programación de los esfuerzos publicitarios. Estos deben estar ligados a una línea de tiempo específica.
2. Conclusiones y recomendaciones.
Reflexiona acerca del trabajo que realizaste y haz recomendaciones futuras basadas en su análisis e investigación.

El resultado de la evidencia realizada durante la semana se deberá concentrar en **un solo documento**, el cual se entregará a través de la plataforma tecnológica para su revisión y evaluación por parte del docente, con base en la rúbrica de evaluación disponible en el Anexo 2.

Anexo 1. Rúbrica de evidencia 1

Criterios de evaluación	Nivel de desempeño			%
	Altamente competente 100%-86%	Competente 85%-70%	Aún sin desarrollar la competencia 69%-0%	
1. Definición del problema.	15-13 Define el problema y plantea un proyecto específico concreto. Además, señala el supuesto que se quiere comprobar, investigar o resolver, así como un título.	12-10 Define el problema y plantea un proyecto general y breve. Además, señala el supuesto que se quiere comprobar, investigar o resolver, así como un título.	10-0 Define el problema y plantea un proyecto general y breve. Pero no señala el supuesto que se quiere comprobar, investigar o resolver.	
	20-18 Presenta antecedentes, incluyendo un análisis de la problemática, los orígenes del problema, las iniciativas aplicadas y los resultados obtenidos.	17-14 Presenta antecedentes, incluyendo al menos tres de los siguientes puntos: un análisis de la problemática, los orígenes del problema, las iniciativas aplicadas y los resultados obtenidos.	13 - 0 Presenta antecedentes, incluyendo al menos dos de los siguientes puntos: un análisis de la problemática, los orígenes del problema, las iniciativas aplicadas y los resultados obtenidos.	
3. Objetivo.	15-13 Presenta al menos un objetivo para el proyecto. El objetivo es específico, medible, cuantificable y con un plazo determinado.	12-10 Presenta al menos un objetivo para el proyecto. El objetivo es general y medible, pero no determina un plazo determinado.	10-0 Presenta al menos un objetivo para el proyecto. El objetivo es general, pero no medible, ni determina un plazo determinado.	
	10-8.5 Presenta fundamentación conceptual de una cuartilla como mínimo, con al menos cinco fuentes bibliográficas relacionadas con el planteamiento del problema.	8.4-7 Presenta fundamentación conceptual de una cuartilla como mínimo, con al menos tres fuentes bibliográficas relacionadas con el planteamiento del problema.	6.9-0 Presenta fundamentación conceptual de media cuartilla como mínimo, con al menos dos fuentes bibliográficas relacionadas con el planteamiento del problema.	
5. Análisis de contexto.	20-18 Muestra un análisis de contexto, especificando lugar u organización donde se desarrolla el proyecto, así como la ubicación en el tiempo y las dimensiones actuales.	17-14 Muestra un análisis de contexto, especificando lugar u organización donde se desarrolla el proyecto, pero no detalla la ubicación en el tiempo o las dimensiones actuales.	13 - 0 Muestra un análisis de contexto, pero no especifica lugar u organización donde se desarrolla el proyecto, ni detalla la ubicación en el tiempo o dimensiones actuales.	
	20-18	17-14	13 - 0	
6. Propuesta.	20-18	17-14	13 - 0	

	Genera una primera propuesta de solución (media cuartilla).	Genera una primera propuesta de solución (menos de media cuartilla).	Genera una primera propuesta de solución de forma vaga y general (menos de media cuartilla).	
TOTAL				100

Anexo 2. Rúbrica de evidencia 2

Criterios de evaluación	Nivel de desempeño			%
	Altamente competente 100%-86%	Competente 85%-70%	Aún sin desarrollar la competencia 69%-0%	
1. Evidencia 1 corregida.	15-13 Presenta la Evidencia 1 con correcciones o ajustes al principio del documento (definición del problema, objetivos, fundamentación conceptual).	12-10 Presenta la Evidencia 1 con correcciones o ajustes al principio del documento (definición del problema, objetivos, pero no la fundamentación conceptual).	10-0 Presenta la Evidencia 1 con correcciones o ajustes al principio del documento (definición del problema, pero no los objetivos, ni fundamentación conceptual).	
	10-8.5 Presenta el contexto de la problemática, especificando el lugar donde se desarrolla el proyecto.	8.4-7 Presenta el contexto de la problemática de manera vaga y general, especificando el lugar donde se desarrolla el proyecto.	6.9-0 Presenta el contexto de la problemática de manera vaga y general, pero no especifica el lugar donde se desarrolla el proyecto.	
4. Aprobación de certificación.	20-18 Aprueba Certificación de <i>Digital Advertising</i> de HubSpot.	17-14 Presenta Certificación de <i>Digital Advertising</i> de HubSpot, pero no la aprueba.	13 - 0 No presenta la Certificación de <i>Digital Advertising</i> de HubSpot.	
	20-18 Describe con detalle las técnicas que utilizará para la generación de estrategias de producto y promoción. Al menos dos.	17-14 Describe de forma general las técnicas que utilizará para la generación de estrategias de producto y promoción. Al menos dos.	13 - 0 Describe de forma vaga y general las técnicas que utilizará para la generación de estrategias de producto y promoción. Al menos una.	
6. Propuesta de solución.	15-13 Presenta la propuesta de solución basada en la fundamentación conceptual. Al menos media cuartilla explicando la solución.	12-10 Presenta la propuesta de solución, pero no está basada en la fundamentación conceptual. Al menos media cuartilla explicando la solución.	10-0 Presenta la propuesta de solución, pero no está basada en la fundamentación conceptual. Menos de media cuartilla explicando la solución.	
	10-8.5	8.4-7	6.9-0	

7. Diagrama del proceso y cronograma.	Presenta diagrama con el proceso de comunicación, así como un cronograma de trabajo especificando acciones, fechas de inicio y término, tiempo y recursos necesarios.	Presenta diagrama con el proceso de comunicación, así como un cronograma de trabajo, pero no especifica acciones, fechas de inicio y término, tiempo y recursos necesarios.	Presenta diagrama con el proceso de comunicación, pero no presenta cronograma de trabajo especificando acciones, fechas de inicio y término, tiempo y recursos necesarios.	
8. Conclusión y recomendaciones.	<p style="text-align: center;">10-8.5</p> Incluye conclusión a manera de reflexión y recomendaciones (al menos tres) para la empresa.	<p style="text-align: center;">8.4-7</p> Incluye conclusión a manera de reflexión y recomendaciones (al menos dos) para la empresa.	<p style="text-align: center;">6.9-0</p> Incluye conclusión a manera de reflexión y recomendaciones (al menos una) para la empresa.	
TOTAL				