

Marketing Digital

Guía de impartición

Contenido

Contenido	2
Datos del certificado	2
Temario.....	2
Metodología	3
Evaluación.....	5
Proyecto final.....	5
Notas de enseñanza.....	5

Datos del certificado

Clave	Nombre del certificado
	Marketing Digital

Competencia

Identifica y conoce las características de los consumidores digitales y elabora un plan de marketing digital basado en el *customer journey* y la planificación de medios.

Temario

1	Introducción al marketing digital
2	Segmentación del consumidor digital y <i>buyer persona</i>
3	Planeación de estrategias de marketing digital
4	Planificación de medios digitales
5	Posicionamiento natural para sitios web y aplicaciones móviles
6	SEM Posicionamiento de pago mediante anuncios en Google Ads
7	Social media, publicidad en redes e <i>inbound marketing</i>
8	Correo electrónico, email marketing y analítica web

Metodología

La metodología que se aplicará para este certificado de Profesional Asociado es metodología basada en proyectos bajo la modalidad Connect, es decir, se tendrán clases sincrónicas virtuales dos veces por semana y la clase se quedará grabada en la plataforma para que pueda ser consultada cuantas veces sea necesario. En la metodología basada en proyectos, se ganará conocimiento y habilidades trabajando por periodos de tiempo prolongados con actividades, retos, problemas aplicables al entorno laboral.

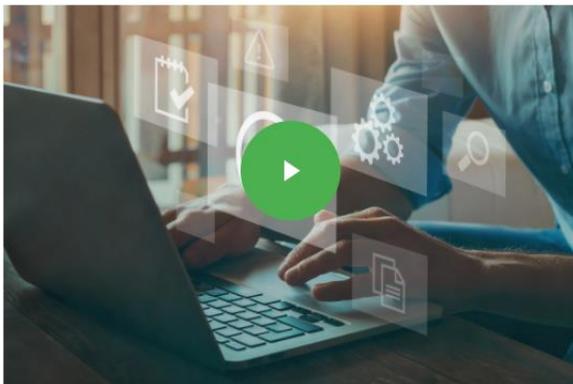
También se contará con el apoyo de un asesor académico, quien ayudará al aprendiz a identificar lo que le impide avanzar hacia el logro de sus metas, promoviendo la reflexión y el autoconocimiento para concretar sus esfuerzos y recursos disponibles con el fin de culminar el certificado exitosamente.

Este certificado se compone de ocho unidades agrupadas en dos módulos.



Cada unidad de estudio se integra por las siguientes secciones:

UNIDAD 1
Introducción al marketing digital



Secciones

A continuación, se encuentran los elementos que componen la unidad:

-  Aquí encontrarás la explicación de la unidad.
-  Amplía tu aprendizaje a través de los recursos de apoyo.
-  Realiza la actividad correspondiente.
-  ¿Te sientes preparado?, contesta el quiz de la unidad.

Asegúrate de:

- Conocer las ventajas del marketing digital frente al tradicional.
- Comprender cuál es la diferencia entre el marketing *push* y *pull*.
- Saber las tendencias de crecimiento del Internet en México.
- Conocer el perfil y el comportamiento del internauta mexicano.
- Conocer las estrategias más efectivas de segmentación para la audiencia.

Explicación. En esta sección se presenta el contenido que debe estudiarse, lo cual es parte de lo que permitirá adquirir los conocimientos requeridos para desarrollar la competencia del certificado.

Recursos de apoyo. En esta sección se incluye lo siguiente:

- **Referencias bibliográficas del contenido.** Fuentes que se utilizaron para fundamentar las explicaciones.
- **Temas para profundizar en el contenido.** Información importante que complementa a la explicación de la unidad, y que por lo tanto se debe también estudiar.
- **Lecturas y videos.** Recursos para complementar, reforzar y ampliar tu aprendizaje.

Actividades. En esta sección aparecerá una actividad, cuyo propósito es que se aplique el conocimiento adquirido y que se experimente con el mismo en actividades, problemas o retos en un contexto similar a la realidad laboral.

Examen rápido (quiz). A través de esta sección el aprendedor realizará un quiz para comprobar el conocimiento adquirido después de haber estudiado.

Asegúrate de (Checkpoints). En esta sección se enlistan los principales conceptos que se debe asegurar adquirió el aprendedor después de estudiar el contenido correspondiente.

Evaluación

La evaluación de este certificado se compone de la siguiente manera:

Evaluable	Semana de entrega	Ponderación
Examen rápido 1	1	2%
Actividad 1	2	8%
Examen rápido 2	2	2%
Actividad 2	3	8%
Examen rápido 3	3	2%
Actividad 3	4	8%
Examen rápido 4	4	2%
Actividad 4	5	8%
Examen rápido 5	5	2%
Actividad 5	6	8%
Examen rápido 6	6	2%
Actividad 6	7	8%
Examen rápido 7	7	2%
Actividad 7	8	8%
Proyecto final	8	30%

El examen rápido 8 será resuelto por el aprendiz, sin embargo no tiene ponderación en la evaluación del curso.

Proyecto final

En cuanto al proyecto, éste consta de tres etapas, planteamiento, ejecución y resultados, y cada una cuenta con criterios de evaluación. Deberás enviar, a través de tu plataforma, los entregables de cada una de las fases al finalizar tu proyecto.

Notas de enseñanza

Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados en el mismo, con el fin de detectar y, en su caso, poder actualizar y/o enriquecer previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.

Un aspecto de gran importancia en el desarrollo de los temas es su involucramiento como facilitador para propiciar que la competencia del curso se cumpla. Además, debe preparar a los participantes para que vayan desarrollando propuestas de soluciones innovadoras a problemas actuales propios del área de estudio.

Enseguida puede revisar las notas de enseñanza generales y por tema para este curso.

Generalidades

Requerimientos para actividades:

Computadora, acceso a internet, uso de redes sociales, herramientas de analítica web, pizarra digital, cuenta de *Facebook Business Management*, cuenta de *Shopify*, cuenta de correo electrónico.

Tema 1

Temas a profundizar del contenido:

- Para conocer más sobre el **marketing 4.0 y la economía digital**, lee el "**Capítulo 4: Marketing 4.0 en la economía digital**" del siguiente recurso:
Kotler, P., Kartajaya, H., y Setiawan, I. (2018). *Marketing 4.0: Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital* (2ª edición). España: LID Editorial.
ISBN: 9788417277826
- Para conocer más sobre el **crecimiento de las compras online en México**, lee el siguiente recurso:
Carrillo, A. (2020). *El crecimiento del comercio electrónico en México*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/El-crecimiento-del-comercio-electronico-en-Mexico-20200927-0060.html>
- Para revisar el **informe de número de usuarios en Internet y los tipos de uso en México**, lee el siguiente recurso:
Secretaría de Comunicaciones y Transportes. (2020). *¿Cuántos Usuarios en Internet somos en México?* Recuperado de <https://www.gob.mx/sct/articulos/cuantos-usuarios-de-internet-somos-en-mexico>

Asegúrate de:

- Conocer las ventajas del marketing digital frente al tradicional.
- Comprender cuál es la diferencia entre el marketing *push* y *pull*.
- Saber las tendencias de crecimiento del Internet en México.
- Conocer el perfil y el comportamiento del internauta mexicano.
- Conocer las estrategias más efectivas de segmentación para la audiencia.
- Comprender que el usuario accede y puede iniciar una compra desde diferentes dispositivos y redes.

Tema 2

Requerimiento para Actividad 2: pizarra digital.

Temas a profundizar del contenido:

- Para profundizar sobre **marketing 4.0 y la economía digital**, lee el "**Capítulo 4: Marketing 4.0 en la economía digital**" del siguiente recurso:
Kotler, P., Kartajaya, H., y Setiawan, I. (2018). *Marketing 4.0: Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital* (2ª ed.). España: LID Editorial.
- Para profundizar sobre **buyer persona**, revisa el siguiente recurso:
Siqueira, A. (2020). *Buyer Persona: ¿Qué es y por qué es importante para tu estrategia?* Recuperado de <https://www.rdstation.com/es/blog/buyer-persona>
- Para profundizar sobre **la jornada de consumidor digital**, revisa el siguiente recurso:
Escamilla, G. (2017). *Proceso de compra del consumidor: qué es y cuál es su importancia para una estrategia de Marketing Digital*. Recuperado de <https://www.rdstation.com/co/blog/proceso-de-compra/>

Asegúrate de:

- Comprender los diversos tipos de consumidor digitales existentes.
- Reconocer y aplicar el concepto de *buyer persona*.
- Definir el proceso de la jornada de un usuario digital.
- Aplicar la segmentación por audiencias y medio.
- Comprender el nuevo comportamiento del usuario digital.

Tema 3

Temas a profundizar del contenido:

- Para **profundizar y analizar la situación actual**, lee el **capítulo 4** del siguiente recurso:
Maciá, F. (2018). *Estrategias de marketing digital*. España: Anaya.
- Para **definir cuál es tu modelo de negocio a través de la metodología Canvas**, lee el siguiente recurso:
Florido, M. (2019). *Curso de Marketing Digital*. España: Anaya.

Asegúrate de:

- Aprender a realizar un modelo de negocios digital.

- Definir los objetivos de marketing basados en los objetivos del negocio.
- Conocer los tipos de negocios digitales en Internet.
- Definir la propuesta de valor de tu empresa y lo que te diferencia de la competencia.
- Aprender la estructura de costes de un negocio digital y realizar una planeación financiera.
- Conocer los requisitos legales para tener un negocio digital.

Tema 4

Requerimientos para Actividad 4: herramienta de diseño para desarrollar una *landing page*.

Temas a profundizar del contenido:

- Para profundizar sobre las **estrategias en medios sociales**, te recomendamos leer el capítulo 2 del siguiente recurso:
Lázaro, M. (2019). *Community Manager. La Guía Definitiva*. España: Ediciones Anaya Multimedia.
ISBN eBook: 978-84-415-0141-6
- Para conocer más sobre la **experiencia de usuario y las mejores tecnologías para desarrollar un sitio web**, te recomendamos leer el capítulo 3 y 4 del siguiente recurso:
Tayar, R. (2018). *CRO. Diseño y Desarrollo de negocios digitales*. España: Anaya Multimedia.
ISBN: 978-84-415-3957-0
- Para conocer más sobre la **experiencia de usuario y las mejores tecnologías para desarrollar un sitio web**, te recomendamos leer el capítulo 4 del siguiente recurso:
Tellado, F. (2019). *WordPress 5. La Guía Completa*. España: Ediciones Anaya Multimedia.
ISBN: 978-84-415-3509-1

Asegúrate de:

- Crear una planificación efectiva en nuestros medios sociales.
- Aprender la importancia de tener un sitio web para tener una estrategia de marketing de éxito.
- Saber diseñar *landing pages* o páginas webs con herramientas muy amigables.

- Aprender a realizar estrategias de *videomarketing* para nuestros contenidos.

Tema 5

Requerimientos para Actividad 5: herramientas de analítica web, conocimiento de uso de Google Analytics y Google Trends.

Temas a profundizar del contenido:

- Para profundizar sobre el **posicionamiento en buscadores y el *keyword research***, lee el capítulo 3 del siguiente recurso:
Redondo, S. (2020). *SEO para Dummies*. España: Grupo Planeta.
ISBN: 978-84-329-0597-1
- Para aprender más sobre el **SEO, la auditoría SEO y el *linkbuilding***, lee el capítulo 5 y 11 del siguiente recurso:
Maciá, F. (2020). *SEO Avanzado*. España: Anaya Multimedia.
ISBN eBook: 978-84-415-4208-2
- Para saber más sobre el **SEO**, lee el capítulo 8 del siguiente recurso:
Florido, M. (2019). *Curso de Marketing Digital*. España: Anaya Multimedia.
ISBN eBook: 978-84-415-4207-5

Asegúrate de:

- Conocer los principales factores de posicionamiento web.
- Aprender a realizar una investigación de palabras claves.
- Posicionar páginas webs locales en los primeros lugares de Google.
- Realizar una estrategia de *linkbuilding* de calidad.
- Aprender a usar herramientas de SEO profesionales.
- Conocer cómo posicionar una aplicación en Google Play y Apple Store.

Tema 6

Requerimientos para Actividad 6: herramientas de analítica web.

Temas a profundizar del contenido:

- Para saber **cómo realizar una buena campaña en Google Ads en la Red de Búsqueda**, lee el capítulo 3, 4 y 5 del siguiente recurso:
Pareja, G. (2019). *Aumenta tus Ventas con Google: Crea tu primera campaña en 10 pasos*. México: Pareja Publishing.
ISBN-10: 1717985440
- Para conocer los **aspectos básicos de Google Ads**, revisa los siguientes recursos:
Skillshop. (2019). *Descubre los aspectos básicos de las campañas de búsqueda de Google Ads*. Recuperado de <https://skillshop.exceedlms.com/student/path/17388-descubre-los-aspectos-basicos-de-las-campanas-de-busqueda-de-google-ads>

Asegúrate de:

- Aprender a configurar una cuenta en Google Ads.
- Conocer las mejores estrategias para vender más a través del posicionamiento de pago.
- Conocer los tipos de palabras claves que debemos seleccionar para nuestras campañas.
- Aprender a realizar una campaña de marketing en display.
- Saber realizar una buena estrategia de marketing digital.
- Conocer las claves de la publicidad programática.

Tema 7

Requerimiento para Actividad 7: cuenta de *Facebook Business Management*.

Temas a profundizar del contenido:

- Para profundizar sobre las **estrategias en redes sociales y contenidos**, revisa el siguiente recurso:
Lázaro, M. (2019). *Community manager. La guía definitiva*. México: Anaya Multimedia.
ISBN eBook: 978-84-415-0141-6
- Para saber más sobre **cómo definir al consumidor**, lee el capítulo 10 del siguiente recurso:
García, I., Ronco, V., Contreras, A., Rubio, A., y Valdelvira, O. (2018). *Marketing digital para Dummies* (1ª edición). España: Grupo Planeta.
ISBN: 978-84-329-0459-2
- Para saber más sobre **estrategias de social media**, lee el capítulo 10 del siguiente recurso:
Florido, M. (2019). *Curso de Marketing Digital*. España: Anaya

Multimedia.

ISBN eBook: 978-84-415-4207

- Para conocer más sobre **cómo elaborar un calendario editorial**, revisa el siguiente recurso:

Mañez, R. (s.f.). *Cómo hacer un Calendario Editorial para redes sociales*. Recuperado de <https://rubenmanez.com/calendario-editorial-redes-sociales>

Asegúrate de:

- Saber realizar una planeación de medios sociales profesional.
- Conocer cómo se realiza una planeación de calendario de contenidos editorial.
- Aprender a segmentar audiencias.
- Desarrollar una campaña publicitaria con la herramienta *Business Manager* de Facebook.
- Crear una estrategia de *content marketing*.
- Aprender la diferencia entre *inbound* y *outbound marketing*.

Tema 8

Requerimientos para Actividad 8: cuenta de *Shopify*, cuenta de correo electrónico.

Temas a profundizar del contenido:

- Para conocer más sobre un **modelo de negocio digital**, lee el primer capítulo del siguiente recurso:
Tayar, R. (2018). *CRO. Diseño y Desarrollo de negocios digitales*. España: Anaya Multimedia.
ISBN: 978-84-415-3957-0
- Para saber **cómo crear una estrategia de marketing digital y un embudo de conversión**, lee el capítulo 15 del siguiente recurso:
Florido, M. (2019). *Curso de Marketing Digital*. España: Anaya Multimedia.
ISBN eBook: 978-84-415-4207-5
- Para aprender a desarrollar un **e-commerce con Wordpress**, revisa el siguiente recurso:
Tellado, F. (2019). *WordPress 5 La guía completa*. España: Anaya Multimedia.
ISBN: 978-84-415-3509-1
- Para profundizar sobre la **analítica digital**, revisa el siguiente recurso:
Gorostiza, I., y Barainca, A. (2020). *Data Analytics. Mide y*

Vencerás. España: Anaya Multimedia.
ISBN eBook: 978-84-415-4211

- Para conocer más sobre Google Analytics, revisa el siguiente recurso: Google Analytics. (s.f.). *Listas de reproducción* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/c/GoogleAnalytics/playlists>

Asegúrate de:

- Conocer las ventajas y beneficios de los *e-commerce*.
- Saber diseñar un comercio electrónico con la plataforma WooCommerce.
- Distinguir la mejor tecnología para una tienda en línea.
- Conocer los métodos de pagos y proveedores de envíos más recomendados.
- Comprender la analítica digital y saber realizar un plan de medicación para tu empresa.
- Saber utilizar la herramienta de Google Analytics.
- Saber realizar una campaña completa de *email marketing*.

Proyecto final

Es importante destacar que el negocio a abordar en el proyecto final tiene que ser nuevo, ya que no se podrá presentar un caso abordado en alguna Actividad.

Fase I: Planteamiento

Entregable(s):

Documentos en donde se indique el negocio elegido y se realice un *brief* del mismo, incluyendo el *Business Canvas Model* del negocio, la auditoría del negocio a nivel digital, el análisis FODA y el estudio de la competencia. (Preferentemente presentación de Power Point, Prezzi o Canva, con gráficas y cuadros de Excel).

El resultado de la Fase I 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.

Fase II: Ejecución

Requerimientos: registrar un dominio propio (en *Namecheap*, *Name*, *Neubox*, *Akky*, *Banahosting*, u otro), contratar un *hosting* de manera mensual, instalar WordPress, instalación de *Analytics*, *Search Console* y *chatbot*.

Entregable(s):

Documento en Word con la dirección del dominio del *e-commerce*, así como la respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Qué fue lo más difícil al realizar la tienda en línea?
- ¿Qué le aconsejarías a alguien que realizará una tienda en línea?, ¿por qué?
- ¿Qué fue lo más difícil de encontrar una plantilla adecuada?
- ¿Qué le recomendarías a alguien que quisiera comprar una?
- ¿Qué es necesario tomar en cuenta para la tienda en línea y su usabilidad?

El resultado de la Fase II 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.

Fase III: Resultados

Requerimientos: Uso de Google Ads y Google Analytics.

Entregable(s):

Un entregable en Word que incluya toda la estructura de campaña realizada con los anuncios creados, así como con las palabras claves asignadas, las extensiones creadas y un razonamiento del porqué de la elección de estos anuncios y de las palabras empleadas (tanto positivas como negativas). Un informe completo de resultados.

El resultado de la Fase III 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.

Anexo

Competencia: Aprende técnicas avanzadas de marketing en entornos digitales, innovación digital y las tecnologías de más alto impacto para proponer, adaptar e implementar estrategias de posicionamiento de una marca o producto.

Nivel taxonómico: Utilización

Criterios de evaluación	Nivel de desempeño			%
	Altamente competente 100%-86%	Competente 85%-70%	Aún sin desarrollar la competencia 69%-0%	
Fase I	33-28	27-23	22-0	
	<p>El alumno cumple adecuadamente con los 5 puntos:</p> <p>1. El negocio contactado, no ha sido abordado previamente en un caso práctico, es un negocio local que permite desarrollar un análisis de su estrategia de sus esfuerzos digitales SEO, SEM y redes sociales, de forma accesible y clara y que no ha implementado <i>e-commerce</i>.</p>	<p>El alumno cumple adecuadamente con 4 de los siguientes puntos:</p> <p>1. El negocio contactado, no ha sido abordado previamente en un caso práctico, es un negocio local que permite desarrollar un análisis de su estrategia de sus esfuerzos digitales SEO, SEM y redes sociales, de forma accesible y clara y que no ha implementado <i>e-commerce</i>.</p> <p>2. Desarrolla todos los elementos del modelo de negocios de</p>	<p>El alumno cumple adecuadamente con 3 de los siguientes puntos:</p> <p>1. El negocio contactado, no ha sido abordado previamente en un caso práctico, es un negocio local que permite desarrollar un análisis de su estrategia de sus esfuerzos digitales SEO, SEM y redes sociales, de forma accesible y clara y que no ha implementado <i>e-commerce</i>.</p> <p>2. Desarrolla todos los elementos del</p>	

	<p>2. Desarrolla todos los elementos del modelo de negocios de CANVAS, aplicado de forma clara y objetiva al negocio elegido.</p> <p>3. Desarrolla una auditoría de los esfuerzos SEO, SEM y redes sociales del negocio con KPI claros, estadística y gráficos.</p> <p>4. Hace un análisis de la situación digital del negocio, alineando fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de forma correcta, identificando plenamente cada factor.</p> <p>5. Identifica claramente a su competencia, determinando</p>	<p>CANVAS, aplicado de forma clara y objetiva al negocio elegido.</p> <p>3. Desarrolla una auditoría de los esfuerzos SEO, SEM y redes sociales del negocio con KPI claros, estadística y gráficos.</p> <p>4. Hace un análisis de la situación digital del negocio, alineando fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de forma correcta, identificando plenamente cada factor.</p> <p>5. Identifica claramente a su competencia, determinando sus acciones digitales y lo compara frente a lo realizado por el negocio escogido.</p>	<p>modelo de negocios de CANVAS, aplicado de forma clara y objetiva al negocio elegido.</p> <p>3. Desarrolla una auditoría de los esfuerzos SEO, SEM y redes sociales del negocio con KPI claros, estadística y gráficos.</p> <p>4. Hace un análisis de la situación digital del negocio, alineando fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de forma correcta, identificando plenamente cada factor.</p> <p>5. Identifica claramente a su competencia, determinando sus acciones digitales y lo compara frente a lo realizado</p>	
--	---	--	---	--

	<p>sus acciones digitales y lo compara frente a lo realizado por el negocio escogido.</p>		<p>por el negocio escogido.</p>	
Fase II	33-28	27-23	22-0	
	<p>El alumno cumple adecuadamente con los 5 puntos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El dominio es adecuado y pertinente al negocio y el objetivo, el <i>hosting</i> es el adecuado para dar accesibilidad y funcionalidad. Instalación correcta del WordPress. 2. Elige e instala una plantilla altamente correcta y funcional para <i>e-commerce</i>. 3. Optimiza de manera efectiva la plantilla en cuanto a posición y funcionalidad, con una configuración exitosa de 	<p>El alumno cumple adecuadamente con 4 de los siguientes puntos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El dominio es adecuado y pertinente al negocio y el objetivo, el <i>hosting</i> es el adecuado para dar accesibilidad y funcionalidad. Instalación correcta del WordPress. 2. Elige e instala una plantilla altamente correcta y funcional para <i>e-commerce</i>. 3. Optimiza de manera efectiva la plantilla en cuanto a posición y funcionalidad, con una configuración exitosa de 	<p>El alumno cumple adecuadamente con 3 de los siguientes puntos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El dominio es adecuado y pertinente al negocio y el objetivo, el <i>hosting</i> es el adecuado para dar accesibilidad y funcionalidad. Instalación correcta del WordPress. 2. Elige e instala una plantilla altamente correcta y funcional para <i>e-commerce</i>. 3. Optimiza de manera efectiva la plantilla en cuanto a posición y funcionalidad, con una configuración exitosa de 	

	<p>métodos de pago y de envío.</p> <p>4. Instala todos los <i>plugin</i> que le darán funcionalidad a la página.</p> <p>5. Instala correctamente <i>Analytics</i>, <i>Search Console</i>, <i>chatbots</i> y realiza una definición clara y concisa de objetivos.</p>	<p>métodos de pago y de envío.</p> <p>4. Instala todos los <i>plugin</i> que le darán funcionalidad a la página.</p> <p>5. Instala correctamente <i>Analytics</i>, <i>Search Console</i>, <i>chatbots</i> y realiza una definición clara y concisa de objetivos.</p>	<p>métodos de pago y de envío.</p> <p>4. Instala todos los <i>plugin</i> que le darán funcionalidad a la página.</p> <p>5. Instala correctamente <i>Analytics</i>, <i>Search Console</i>, <i>chatbots</i> y realiza una definición clara y concisa de objetivos.</p>	
Fase III	33-28	27-23	22-0	
	<p>El alumno cumple adecuadamente con los 5 puntos:</p> <p>1. El mapa mental describe de forma estructurada y lógica cómo se va a desarrollar la campaña.</p> <p>2. Se explica el proceso completo de la creación de la cuenta con una descripción pormenorizada de cada aspecto de la inversión, detallando</p>	<p>El alumno cumple adecuadamente con 4 de los siguientes puntos:</p> <p>1. El mapa mental describe de forma estructurada y lógica cómo se va a desarrollar la campaña.</p> <p>2. Se explica el proceso completo de la creación de la cuenta con una descripción pormenorizada de cada aspecto de la inversión, detallando montos y rubros.</p>	<p>El alumno cumple adecuadamente con 3 de los siguientes puntos:</p> <p>1. El mapa mental describe de forma estructurada y lógica cómo se va a desarrollar la campaña.</p> <p>2. Se explica el proceso completo de la creación de la cuenta con una descripción pormenorizada de cada aspecto de la inversión,</p>	

	<p>montos y rubros.</p> <p>3. Crea una campaña bien estructurada con objetivos definidos para lograr tasas altas de conversión efectivas.</p> <p>4. Las extensiones creadas potencializan ampliamente los objetivos y la tasa de conversión.</p> <p>5. Presenta un informe donde se determinan los KPI alcanzados de forma gráfica y analítica, que permite determinar si se cumplen los objetivos, genera cursos de acción y determina áreas de mejora.</p>	<p>3. Crea una campaña bien estructurada con objetivos definidos para lograr tasas altas de conversión efectivas.</p> <p>4. Las extensiones creadas potencializan ampliamente los objetivos y la tasa de conversión.</p> <p>5. Presenta un informe donde se determinan los KPI alcanzados de forma gráfica y analítica, que permite determinar si se cumplen los objetivos, genera cursos de acción y determina áreas de mejora.</p>	<p>detallando montos y rubros.</p> <p>3. Crea una campaña bien estructurada con objetivos definidos para lograr tasas altas de conversión efectivas.</p> <p>4. Las extensiones creadas potencializan ampliamente los objetivos y la tasa de conversión.</p> <p>5. Presenta un informe donde se determinan los KPI alcanzados de forma gráfica y analítica, que permite determinar si se cumplen los objetivos, genera cursos de acción y determina áreas de mejora.</p>	
Comunicación escrita	1-0.9	0.8-0.7	0.6-0.5	
	<ul style="list-style-type: none"> La escritura demuestra una organización lógica y se presenta de 	<ul style="list-style-type: none"> Presenta errores de organización en el escrito, con algunas 	<ul style="list-style-type: none"> Errores frecuentes en la organización del escrito, lo cual distrae al 	

	forma profesional, con secciones o párrafos congruentes entre sí, así como adecuada también la selección de palabras, la gramática y la ortografía.	omisiones que pueden ser en la selección de palabras o las faltas de acentuación, puntuación y ortografía, lo que distrae al lector.	lector y no se le permite entender el significado o mensaje, por lo tanto, no lo comprende.	
TOTAL				100%