



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Marketing digital
- Código del Programa de Formación: 62110000
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica): NA
- Fase del Proyecto (si aplica): NA
- Actividad de Proyecto Formativo (si aplica): NA
- Competencia: 260101055 – *Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal.*
- Resultados de Aprendizaje: *Establecer métricas teniendo en cuenta el plan de marketing digital (parte 1).*
- Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): 12 horas

2. PRESENTACIÓN

- Motivar hacia la actividad de aprendizaje en consideración a las fortalezas que aportará en el desarrollo de habilidades y destrezas.
- Guiar y organizar el aprendizaje de manera que se oriente al desarrollo integral del aprendiz
- Motivar a la acción, al trabajo autónomo sistemático y organizado.
- Relacionar conocimientos previos con los nuevos para la construcción significativa de los mismos.
- Promover el aprendizaje colaborativo y el crecimiento integral del grupo.



PRESENTACION:

Esta guía introduce al aprendiz en el uso de la analítica digital como herramienta fundamental para evaluar la efectividad de un plan de marketing.

El aprendiz comprenderá los conceptos de métricas, indicadores y KPI, y su relación con los objetivos de campaña.

A través de ejercicios prácticos, se explorará el uso de herramientas como Google Analytics, Meta Business Suite y Data Studio, para interpretar datos y tomar decisiones basadas en evidencia. El propósito de esta fase es fortalecer la capacidad analítica, la interpretación de datos y la orientación a resultados, competencias esenciales en la gestión del marketing digital.

| Fase | Actividad | Horas | Propósito |
|---|--|--------------|---|
| 3.1 Reflexión inicial | Conversatorio sobre la importancia de medir resultados en marketing digital. | 1.5 h | Motivar la comprensión del valor de los datos para la toma de decisiones. |
| 3.2 Contextualización e identificación de conocimientos necesarios | Análisis de conceptos: métrica, indicador, KPI y analítica web. | 3 h | Identificar las principales herramientas e indicadores. |
| 3.3 Apropiación del conocimiento | Taller práctico de identificación y selección de indicadores clave (KPI) para un plan digital. | 5 h | Aplicar los conceptos a un caso real o simulado. |
| 3.4 Transferencia del conocimiento | Presentación y análisis de indicadores seleccionados. | 2.5 h | Evaluar la coherencia entre indicadores y objetivos del plan. |

Total de 12 horas.



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- **Descripción de la(s) Actividad(es)**

3.1 Actividades de reflexión inicial:

Descripción de la actividad:

El aprendiz reflexionará sobre por qué las empresas deben medir sus resultados en el entorno digital.

A través de ejemplos, se analizarán campañas que lograron éxito por una buena interpretación de datos.

Se realizará una lluvia de ideas para identificar qué indicadores se suelen usar en redes sociales o sitios web.

Ambiente requerido:

Aula de informática o entorno virtual con acceso a internet y material audiovisual.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

Conversatorio, lluvia de ideas, análisis reflexivo.

Materiales de formación:

Video sobre la importancia de medir resultados en marketing digital, tablero o Padlet colaborativo.

Material de apoyo:

Artículo “Por qué medir es clave en marketing digital” (SENA, HubSpot o Think with Google).

Duración de la actividad:

1.5 horas.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:

Descripción de la actividad:

El aprendiz analizará conceptos clave como **métrica, indicador, KPI y analítica web**, identificando su propósito dentro de un plan de marketing.

Se explorarán herramientas de análisis como Google Analytics y Meta Business Suite mediante ejemplos guiados.

Al final, se construirá una tabla comparativa entre tipos de métricas y su aplicabilidad.

**Ambiente requerido:**

Aula de informática con conexión a internet y cuentas demo o simuladas de herramientas analíticas.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

Aprendizaje basado en la indagación, análisis de ejemplos, trabajo guiado.

Materiales de formación:

Presentación digital del instructor, casos prácticos, lecturas complementarias.

Material de apoyo:

Tutorial “Introducción a Google Analytics” (Google Actívale).

Duración de la actividad:

3 horas.

3.3 Actividades de apropiación:**Descripción de la actividad:**

El aprendiz desarrollará un **taller práctico** en el que definirá al menos **cinco KPI** para evaluar una estrategia digital.

Deberá justificar la selección de cada indicador, especificando qué mide, su fórmula y cómo contribuye al logro de los objetivos de la campaña.

Ambiente requerido:

Aula TIC o entorno virtual con acceso a hoja de cálculo o herramienta de presentación.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

Aprendizaje basado en proyectos, trabajo colaborativo, análisis de datos.

Materiales de formación:

Guía de trabajo del instructor, computador, acceso a internet.

Material de apoyo:

Plantilla de tabla de indicadores (Excel o Google Sheets).

Evidencias de aprendizaje:

- Tabla con indicadores KPI seleccionados y justificados.

Instrumentos de evaluación:

- Lista de chequeo de pertinencia y coherencia de indicadores.
- Rúbrica de análisis y argumentación.

**Duración de la actividad:**

5 horas.

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:**Descripción de la actividad:**

Cada aprendiz presentará su tabla de indicadores, explicando su relación con el plan de marketing digital.

Durante la retroalimentación, deberá reflexionar sobre cómo los datos pueden guiar decisiones estratégicas.

Ambiente requerido:

Aula de informática o entorno virtual con acceso a herramientas de presentación.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

Exposición oral, feedback grupal, aprendizaje reflexivo.

Materiales de formación:

Computador, proyector o plataforma de videoconferencia.

Material de apoyo:

Guía de exposición, rúbrica de presentación.

Evidencias de aprendizaje:

- Presentación de indicadores KPI.
- Reflexión individual escrita sobre la utilidad de los datos en marketing.

Instrumentos de evaluación:

- Rúbrica de exposición.
- Lista de chequeo de comprensión de indicadores.

Duración de la actividad:

2.5 horas.



4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

| Fase del proyecto formativo | Actividad del proyecto formativo | Actividad de Aprendizaje | Evidencias de Aprendizaje | Criterios de Evaluación | Técnicas e Instrumentos de Evaluación |
|-----------------------------|----------------------------------|--------------------------|---------------------------|-------------------------|---------------------------------------|
| | | | | | |

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Métrica:** Valor cuantitativo que permite medir el desempeño de una acción o campaña digital.
- **Indicador:** Dato que refleja el avance hacia un objetivo específico y permite evaluar resultados.
- **KPI (Key Performance Indicator):** Indicador clave de rendimiento usado para medir la eficacia de una estrategia.
- **Analítica web:** Proceso de recopilación, medición e interpretación de datos generados en un sitio web o red social.
- **Tasa de conversión:** Porcentaje de usuarios que completan una acción deseada (compra, registro, descarga, etc.).
- **ROI (Return on Investment):** Retorno de inversión; mide la rentabilidad de una campaña respecto al gasto realizado.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Construya o cite documentos de apoyo para el desarrollo de la guía, según lo establecido en la guía de desarrollo curricular. (**BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA**).

- **Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA (2020).** Programa de formación complementaria “Marketing Digital” (Código 62110000).
- **Avinash Kaushik (2019).** *Web Analytics 2.0*. Wiley.
- **HubSpot Academy (2024).** *Curso de métricas y analítica digital*. <https://academy.hubspot.com>



- **Google Actívale (2024).** *Analítica web para principiantes.*
<https://learndigital.withgoogle.com/activate>
- **Meta Blueprint (2024).** *Métricas e interpretación de resultados.*
<https://www.facebook.com/business/learn>
- **Think with Google (2024).** *Indicadores de rendimiento en marketing digital.*
<https://www.thinkwithgoogle.com>

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|------------|--------|-------|-------------|-------|
| Autor (es) | | | | |

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|------------|--------|-------|-------------|-------|------------------|
| Autor (es) | | | | | |