



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 2).*
- 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 permite al aprendiz consolidar sus conocimientos sobre el análisis e interpretación de métricas digitales.

A partir de los indicadores definidos en la guía anterior, se realizará un proceso de análisis de resultados y generación de informes que permitan optimizar las estrategias digitales implementadas.

El aprendiz aprenderá a evaluar la efectividad de las campañas mediante el uso de **herramientas analíticas y dashboards**, desarrollando una visión crítica sobre la toma de decisiones basada en datos.

El propósito final es que el aprendiz demuestre autonomía y criterio profesional al proponer mejoras en el desempeño de las estrategias digitales.

Fase	Actividad	Horas	Propósito
3.1 Reflexión inicial	Debate sobre cómo los datos influyen en las decisiones estratégicas de marketing.	1 h	Motivar la comprensión del valor del análisis y la optimización.
3.2 Contextualización e identificación de conocimientos necesarios	Estudio de casos sobre interpretación de métricas y análisis de resultados en campañas digitales.	3 h	Comprender cómo se analizan y visualizan los datos.
3.3 Apropiación del conocimiento	Elaboración de un informe de resultados con interpretación de métricas y propuestas de mejora.	6 h	Aplicar la analítica a la toma de decisiones estratégicas.
3.4 Transferencia del conocimiento	Exposición del informe final y retroalimentación.	2 h	Socializar los hallazgos y fortalecer la comunicación profesional.
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, mediante un debate grupal, sobre el papel de los datos en la toma de decisiones empresariales.

Se analizarán ejemplos de campañas digitales donde la interpretación de métricas permitió mejorar los resultados (por ejemplo, Google Ads o campañas en redes sociales).

Ambiente requerido:

Aula de informática o entorno virtual con conexión a internet.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

Debate guiado, aprendizaje basado en problemas (ABP), análisis crítico.

Materiales de formación:

Video “Cómo los datos transforman el marketing” y tablero digital colaborativo.

Material de apoyo:

Artículo: *Del dato a la decisión: la importancia de la analítica digital* (SENA, Think with Google o HubSpot).

Duración de la actividad:

1 hora.

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

Descripción de la actividad:

El aprendiz estudiará casos reales de campañas digitales (Google Ads, Meta Ads o Email Marketing) para identificar cómo se interpretan las métricas clave y se detectan oportunidades de mejora.

Posteriormente, realizará un análisis guiado utilizando un dashboard de ejemplo para comprender la lectura de resultados.

**Ambiente requerido:**

Aula de informática o entorno virtual con acceso a herramientas de analítica digital.

Estrategias o técnicas didácticas activas:

Análisis de casos, simulación de escenarios, aprendizaje guiado.

Materiales de formación:

Dashboard de práctica, acceso a Google Analytics o Meta Ads Manager.

Material de apoyo:

Tutorial “Interpretar resultados en Google Data Studio” y guía de análisis de métricas.

Duración de la actividad:

3 horas.

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

El aprendiz elaborará un **informe de resultados** basado en un conjunto de datos simulados o reales (según disponibilidad del instructor).

El informe deberá incluir:

- Gráficos de rendimiento de la campaña.
- Análisis de métricas clave (KPI).
- Interpretación de resultados.
- Recomendaciones de mejora.

El objetivo es demostrar la comprensión de los datos y la capacidad de comunicar hallazgos de forma profesional.

Ambiente requerido:

Aula TIC o entorno virtual con acceso a hojas de cálculo y herramientas de visualización (Google Data Studio, Excel o Canva).

Estrategias o técnicas didácticas activas:

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

Materiales de formación:

Plantilla de informe, conjunto de datos de práctica, computador con conexión a internet.

Material de apoyo:

Video “Cómo elaborar un informe digital efectivo” (Google Actívate, SENA o HubSpot).

Evidencias de aprendizaje:



- Informe de resultados de campaña con interpretación y recomendaciones.

Instrumentos de evaluación:

- Rúbrica de análisis de resultados.
- Lista de chequeo de calidad del informe.

Duración de la actividad:

6 horas.

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

El aprendiz presentará su informe final ante el grupo o en sesión virtual, explicando cómo los resultados obtenidos pueden conducir a decisiones estratégicas.

El instructor y los compañeros brindarán retroalimentación sobre la claridad del análisis y la pertinencia de las recomendaciones.

Ambiente requerido:

Aula de informática o entorno virtual con herramientas de presentación (Canva, PowerPoint o Google Slides).

Estrategias o técnicas didácticas activas:

Exposición oral, aprendizaje colaborativo, feedback grupal.

Materiales de formación:

Presentaciones digitales, rúbrica de exposición.

Material de apoyo:

Guía de presentación de informes y rúbrica de evaluación.

Evidencias de aprendizaje:

- Presentación del informe de resultados.
- Registro de retroalimentación y reflexiones del aprendiz.

Instrumentos de evaluación:

- Rúbrica de exposición y argumentación.
- Lista de chequeo de comunicación profesional.

Duración de la actividad:

2 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

- **Dashboard:** Panel visual que muestra métricas e indicadores clave en tiempo real.
- **Tasa de clics (CTR):** Porcentaje de usuarios que hacen clic en un enlace respecto al número de impresiones.
- **Tasa de rebote:** Porcentaje de visitantes que abandonan un sitio web sin interactuar con él.
- **Conversión:** Acción que realiza un usuario en respuesta a una estrategia digital (registro, compra, descarga).
- **Optimización:** Proceso de mejora continua basado en la interpretación de resultados y el ajuste de estrategias.
- **Informe de rendimiento:** Documento que resume los resultados de una campaña, con análisis y conclusiones estratégicas.

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).
- **Kaushik, A. (2019).** *Web Analytics 2.0*. Wiley.
- **Google Actívate (2024).** *Analítica avanzada y visualización de datos*.
<https://learndigital.withgoogle.com/activate>



- **HubSpot Academy (2024).** *Interpretación de métricas y reportes digitales.*
<https://academy.hubspot.com>
- **Think with Google (2024).** *Optimización y toma de decisiones basada en datos.*
<https://www.thinkwithgoogle.com>
- **Meta Blueprint (2024).** *Informes de resultados y optimización de campañas.*
<https://www.facebook.com/business/learn>

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)					