



## Content Marketing

Guía para el profesor  
Clave LTMD2202  
Nivel Profesional

## Contenido

Datos generales de la materia .....	3
Competencia .....	3
Introducción .....	3
Información general programada .....	3
Calendario de entregas de los aprendedores .....	8
Temario.....	8
Herramientas.....	9
Preguntas más frecuentes.....	9
Guía para las sesiones.....	11
Anexo 1. Banco de prácticas de bienestar.....	22
Anexo 2. Rúbrica de Avance de evidencia.....	33
Anexo3. Rúbrica de Evidencia Final.....	34

## Datos generales de la materia

**Nombre de la materia:** Content Marketing

**Nivel:** Profesional

**Clave:** LTMD2202

### Competencia

Planea, crea, administra y distribuye contenido de calidad para estrategias de inbound marketing que logren conversiones significativas.

### Introducción

En esta experiencia de aprendizaje identificarás las mejores herramientas para la creación de contenido. Conocerás estrategias como el storytelling que hará que, a través de contar historias, tu buyer persona se sienta identificado con tu marca y logres el posicionamiento adecuado. Sabrás cómo sacarle provecho a blogs, podcasts y video marketing para hacer que los esfuerzos de marketing de contenido sean efectivos.

También aprenderás el proceso que debes seguir para la creación de contenido, desde analizar el contexto para identificar qué funciona y qué no funciona para una marca, hasta analizar los diferentes formatos que existen y cómo conectar con la audiencia específica usando distintos enfoques orientados a atraer, interactuar, convertir y deleitar.

Crear contenido puede ser una tarea complicada, por lo que, con estrategias como la de contenido siempre verde, podrás planear como reutilizarlo de forma eficiente. No solamente sabrás cómo generar contenido de calidad, también aprenderás diversos métodos para medirlo y analizarlo y asegurarte de que vas en la ruta adecuada para cumplir los objetivos que te hayas propuesto.

¿Estás listo para iniciar?

## Información general programada

### Metodología

En esta experiencia de aprendizaje serás acompañado 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 para servirte de guía en el proceso de elaboración de las actividades y evidencias.

Durante el desarrollo de la materia, tendrás sesiones virtuales que te ayudarán a interactuar 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.

La materia tiene una distribución semanal y tanto las actividades como las evidencias, quizzes y la certificación que deberás completar para finalizar el curso, han sido diseñadas para realizarse de manera individual. Todas y cada una de ellas tienen como objetivo desarrollar la competencia general de la materia y se resolverán y entregarán a través de la plataforma tecnológica para su revisión y evaluación por parte del docente y de acuerdo con el calendario de entregas.

Es muy importante que revises el esquema de evaluación y los criterios que utilizará el docente para otorgarte una calificación en la sección correspondiente. Lo anterior

con la intención de que desde el inicio tengas claro el nivel de complejidad y esfuerzo que requieres para realizar las entregas semanales y garantizar tu éxito.

En caso de tener dudas sobre alguna actividad, fase del proyecto o la certificación, puedes contactar a tu docente a través de los medios que te indique.

### Bibliografía de apoyo y certificaciones

Se sugiere la siguiente **bibliografía de apoyo**:

Pulizzi, J. (2021). *Content Inc* (2ª ed.). Estados Unidos: McGraw-Hill Education.  
 ISBN-10 eBook: 1264257546  
 ISBN-13 eBook: 978-1264257546

Miller, D. (2017). *Building a StoryBrand*. Estados Unidos: Harper Collins Leadership.  
 ISBN-10 eBook: 0718033329  
 ISBN-13 eBook: 978-0718033323

Curso requerido para la certificación:

HubSpot Academy. (2021). *Content Marketing Course: Get Certified in Content Marketing*. Recuperado de <https://app.hubspot.com/academy/7121497/tracks/15/557/2844>

### Evaluación

La evaluación es una combinación de los siguientes elementos:

- Dos actividades distribuidas en 4 semanas.
- Dos quizzes distribuidos en 4 semanas
- Evidencias con el que el participante demostrará que adquirió las habilidades y los conocimientos requeridos para acreditar la materia (Avance de evidencia, semana 2 y Evidencia final, semana 4).
- La acreditación de una certificación en la semana 4.

A continuación, puedes revisar el detalle de la evaluación de esta materia:

Evaluable	Ponderación
Actividad 1	10
Avance evidencia	25
Quiz 1	4
Actividad 2	10
Quiz 2	4
Evidencia final	40
Certificación	7

\* La certificación se evaluará de la siguiente manera: presentada y aprobada 7 puntos, presentada y no aprobada 4 puntos, no presentada y no aprobada 0 puntos.

### Estructura de las sesiones Connect y Online

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"> <li>• Bienvenida y presentación de agenda.</li> <li>• Práctica de bienestar.</li> <li>• Desarrollo de temas de la semana:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Aplicación en contextos reales (Introducción).</li> <li>○ Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</li> </ul> </li> <li>• Receso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recapitulación de lo realizado en el bloque previo.</li> <li>• Desarrollo de temas de la semana:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</li> </ul> </li> <li>• Receso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recapitulación de lo realizado en el bloque previo.</li> <li>• Desarrollo de temas de la semana:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</li> <li>○ Cierre de temas.</li> </ul> </li> <li>• Explicación de las actividades que deberán realizarse en la semana (fuera de la sesión).</li> </ul>

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. 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, proyecto y certificación

Las actividades, las evidencias y la certificación han sido diseñadas para realizarse de manera individual. Todas y cada una de ellas tienen como objetivo desarrollar la competencia general de la materia y es una combinación de los siguientes elementos:

Actividades	Proyecto	Certificación
Actividad 1	Avance de evidencia	Certificación HubSpot
Actividad 2	Evidencia final	
Quiz 1		
Quiz 2		

Las actividades y las evidencias se resolverán y entregarán a través de la plataforma tecnológica para su revisión y evaluación por parte del docente y de acuerdo con el calendario de entregas.

Se responderán dos **exámenes rápidos** (*quizzes*) y tendrás tres oportunidades para resolverlos. Se considera como calificación aprobatoria 70 o más de calificación en cada quiz.

Para llevar a cabo la certificación, se accederá al sitio web de HubSpot (se incluye infografía) para presentar la evaluación y obtener los puntos de la ponderación que corresponden.

Es muy importante que revises el esquema de evaluación y los criterios que utilizará el docente para otorgarte una calificación en la sección correspondiente. Lo anterior con la intención de que desde el inicio tengas claro el nivel de complejidad y esfuerzo que requieres para realizar las entregas semanales y garantizar tu éxito.

En caso de tener dudas sobre alguna actividad, fase del proyecto o la certificación, 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 materias, 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	Elementos (agenda)	Duración por hora
1	Actividad 1	8
2	Avance de evidencia Quiz 1	26
3	Actividad 2 Quiz 2	8
4	Evidencia final Certificación	30 10

## Temario de la materia

### Tema 1. Estrategia de contenidos

- 1.1 Contando historias
- 1.2 Branded content
- 1.3 Marco de referencia de creación de contenido
- 1.4 Herramientas para contar historias relevantes

### Tema 2. Planeación de la estrategia de contenidos

- 2.1 Objetivos de marketing de contenidos
- 2.2 Auditoría de contenido
- 2.3 Auditoría basada en eventos
- 2.4 Uso de influencers

### Tema 3. Generación de contenido

- 3.1 Proceso de ideación
- 3.2 Empatía con el consumidor
- 3.3 Análisis del ambiente
- 3.4 Ideación en grupo

### Tema 4. Blogging y podcasting

- 4.1 Creación de blogs de calidad
- 4.2 Relevancia y optimización
- 4.3 Guest blogging
- 4.4 Podcasts como parte de la estrategia

## Tema 5. Contenido siempre verde

- 5.1 Beneficios de reutilizar contenido exitoso
- 5.2 Mejores prácticas para deleitar a la audiencia
- 5.3 Proceso ACE
- 5.4 Estrategias para reciclar contenido y mejorarlo

## Tema 6. Estrategia de video marketing

- 6.1 Relevancia del formato
- 6.2 Uso de la metodología inbound
- 6.3 Consejos para una estrategia exitosa
- 6.4 Herramientas para el diseño de contenido audiovisual

## Tema 7. Desarrollo y distribución de contenidos

- 7.1 Planeación y elección de los mejores canales
- 7.2 Promoción orgánica
- 7.3 Promoción pagada
- 7.4 Optimización de los esfuerzos

## Tema 8. Medición y análisis de contenido

- 8.1 Tipos de objetivos
- 8.2 Métricas de éxito
- 8.3 Seguimiento a conversiones
- 8.4 Diseño de reportes útiles para la toma de decisiones

## Herramientas

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

## Preguntas más frecuentes

### ¿En dónde o a quién reporto un error detectado en el contenido de la materia?

Lo puedes reportar a la cuenta [atencioncursos@servicios.tecmilenio.mx](mailto:atencioncursos@servicios.tecmilenio.mx), también puedes compartir sugerencias para el contenido y actividades de la materia.

**¿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 la materia. 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
<b>Bienvenida y presentación de agenda.</b>	El profesor se presenta ante el grupo y da una breve introducción a la materia.	5 minutos.
<b>Práctica de bienestar.</b>	Del banco de prácticas de bienestar que se agregan al final de este documento, el profesor impartidor seleccionará alguna para aplicarla en la sesión.	5 minutos.
<b>Desarrollo de temas de la semana:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Aplicación en contextos reales (Introducción).</b></li> <li>○ <b>Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</b></li> </ul>	El profesor explicará a los aprendedores los contenidos a través del análisis de prácticas en la industria que permitan ver la relevancia y factibilidad de los temas.	40 minutos.
<b>Receso.</b>	Se brindará un espacio de receso para que el aprendedor lo utilice a su beneficio.	10 minutos.

### Bloque 2

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

### Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
<b>Resumen de lo realizado en el bloque anterior.</b>	El profesor resumirá de manera dinámica lo realizado en el bloque anterior.	10 minutos.
<b>Desarrollo de temas de la semana:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</b></li> <li>○ <b>Cierre de temas.</b></li> </ul>	El profesor explicará a los aprendedores los contenidos con ejercicios prácticos y realizará un cierre de los temas correspondientes.	25 minutos.
<b>Explicación de lo siguiente que deberá realizarse fuera de la sesión:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Actividad 1.</b></li> <li>• <b>Certificación de HubSpot.</b></li> </ul>	Se brindará una breve explicación de lo que consiste la actividad 1 y la certificación de HubSpot.  Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• La actividad 1 se entrega en la semana 1.</li> <li>• La certificación se inicia en semana 1 a la par de los temas vistos en clase, y el examen de certificación se</li> </ul>	15 minutos.

presenta en la semana  
4.

### **Notas para el profesor impartidor correspondientes a la realización de la certificación de HubSpot.**

Para esta actividad, los aprendedores recibirán un correo al registrarse en el portal de HubSpot y llevarán a cabo los pasos necesarios para la Certificación de Content Marketing de HubSpot. Esta certificación comprende 14 lecciones, por lo que se recomienda comentarles sobre esto desde la primera sesión 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.

### **Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 1.**

En el tema 1 los aprendedores conocerán la importancia de construir un marco de referencia para la generación de contenidos, que los ayude a fomentar ideas creativas de manera organizada y escalable.

En este tema también aprenderán a realizar un plan editorial que les ayude a organizar dicho contenido y a crear un flujo de trabajo; por lo que es recomendable hacer un ejercicio práctico con la ayuda de una hoja de cálculo que incluya los elementos vistos en el temario.

Igualmente descubrirán el storytelling y la importancia de que una marca tenga un propósito definido. Se sugiere como ejercicio mostrar la charla Ted de “El Circulo dorado” de Simon Sinek, y que algunos alumnos expongan un ejemplo de marca reconocida.

Se sugiere también mostrar algunos ejemplos de marcas que conectan emocionalmente con su audiencia como los que se indican en la explicación del tema.

Con respecto a las herramientas para generar contenido, se recomienda mostrar ejemplos de algunas nombradas en la explicación, como: Wordpress, Trello, Metricool, Google Trends, Mailchimp y otras. Así como invitarlos a utilizarlas permanentemente, ya que muchas de ellas son gratuitas.

### **Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 2.**

En el tema 2, el aprendedor conocerá la importancia de la planeación de una estrategia de contenidos. Se recomienda hacer énfasis en todos y cada uno de los pasos que conlleva y que aprendan a definir objetivos. Se sugiere hacer un ejercicio práctico con alguna empresa de éxito, en donde se haga una planeación según los pasos indicados en el tema.

Respecto a la auditoría de contenidos, es de vital importancia que aprendan a realizarla de manera profesional. Se sugiere mostrar ejemplos de algunas herramientas mencionadas en el tema.

Por otra parte, en el subtema de influencers, se recomienda ejemplificar con campañas actuales en donde los aprendedores investiguen a través de redes sociales cuales son los más destacados en estos momentos en su sector (que nombre al menos 3).

### **Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 3.**

El tema 3 se considera de los más importantes de la materia, es donde los aprendedores deben entender que para generar contenido de valor deben seguir un proceso de ideación, ya que no siempre podemos dejar en manos de la inspiración la creación de nuevas ideas.

Se sugiere como ejercicio práctico que los alumnos generen ideas de contenidos a partir de Google. Pueden usar para este fin la herramienta [keywordtool.io](https://keywordtool.io) o bien, [answer de public](https://answerpublic.com), para encontrar las preguntas que hacen los usuarios en algunas búsquedas específicas.

Igualmente se sugiere realizar un ejercicio de ideación de contenido en grupo, utilizando la técnica *brainstorming*.

Aunque ya se ha visto en temas pasados, se sigue recomendado enfatizar la importancia de generar contenido con base en los gustos y necesidades de los usuarios, creando empatía con el consumidor y analizando el entorno en el que se encuentran, se puede ejemplificar con las crisis económicas que han afectado a algunas empresas y a sectores en concreto.

### **Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 4.**

En el tema 4 los aprendedores conocerán los beneficios que tienen las marcas al contar con un blog bien optimizado que genere tráfico orgánico. Se sugiere ejemplificar con grandes marcas que están utilizando esta estrategia para conectar con su audiencia.

Una idea para explicar cómo internet ha dado la oportunidad a las marcas de generar contenido propio que atraiga usuarios, es poner ejemplos de blogs donde se publican artículos y noticias; podcasts o canales de YouTube propios de una marca, que se manejan de la misma forma que los periódicos, revistas o medios de comunicación. La diferencia es que aquí solo se nombrará tu marca. Antiguamente no se tenía esta opción y se debía compartir espacios publicitarios con los competidores.

En este tema los aprendedores también verán la importancia del podcast como parte de la estrategia. Se sugiere como ejercicio práctico, que cada alumno haga una lista en Spotify de al menos 5 podcast en donde las marcas estén utilizando esta estrategia diferenciadora.

### **Notas para el profesor impartidor correspondientes a la elaboración de la Actividad 1.**

La actividad 1 está diseñada para ser elaborada en 8 horas con base en la explicación de los temas 1 al 4. Cuenta con la siguiente estructura: objetivo, alineado con la competencia de la materia; contexto y problema, para generar una historia que despierte emoción y logre captar la atención del aprendedor; requerimientos específicos; instrucciones, enfocadas en la elaboración de un producto, que normalmente es un informe de resultados o una propuesta.

Se recomienda ser muy específico con el aprendedor al buscar el tipo de empresa para realizar la actividad, de forma que se puedan llevar a cabo todos los puntos especificados y también hacer énfasis en la importancia de respetar la estructura (orden y contenido), así como consultar la rúbrica correspondiente.

## Semana 2

### Bloque 1

Actividad	Descripción	Duración
<b>Bienvenida y presentación de agenda.</b>	El profesor se presenta ante el grupo y da una breve introducción a la materia.	5 minutos.
<b>Práctica de bienestar.</b>	Del banco de prácticas de bienestar que se agregan al final de este documento, el profesor impartidor seleccionará alguna para aplicarla en la sesión.	5 minutos.
<b>Desarrollo de temas de la semana:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Aplicación en contextos reales (Introducción).</b></li> <li>○ <b>Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</b></li> </ul>	El profesor explicará a los aprendedores los contenidos con ejercicios prácticos.	40 minutos.
<b>Receso.</b>	Se brindará un espacio de receso para que el aprendedor lo utilice a su beneficio.	10 minutos.

### Bloque 2

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

### Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
<b>Recapitulación de lo realizado en el bloque previo.</b>	El profesor recapitulará de manera dinámica lo realizado en el bloque previo.	5 minutos.
<b>Desarrollo de temas de la semana:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</b></li> <li>○ <b>Cierre de temas.</b></li> </ul>	El profesor explicará a los aprendedores los contenidos con ejercicios prácticos y realizará un cierre de los temas correspondientes.	35 minutos.
<b>Explicación de lo siguiente que deberá realizarse fuera de la sesión:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Avance de evidencia.</b></li> <li>• <b>Quiz 1.</b></li> </ul>	Se explicará en qué consiste el avance de evidencia, así como el contenido y la forma de responder el quiz 1.  Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• El avance de evidencia se entrega en la semana 2.</li> <li>• El quiz 1 se presenta en la semana 2.</li> </ul>	10 minutos.

#### Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 5.

En el tema 5 los aprendedores conocerán los beneficios de diversificar los tipos de contenidos para crecer en el largo plazo, combinando entre contenidos actuales, artículos de noticias, lanzamientos o festividades y los conocidos como contenidos atemporales o “siempre verde”. Se sugiere incluir algunos ejemplos de marcas que están utilizando esta estrategia en sus canales de YouTube, blogs o diferentes medios sociales.

Como actividad se puede pedir que encuentren al menos 5 ejemplos de contenidos que sean atemporales, y como único requisito podrían ser de 5 marcas diferentes y al menos 5 tipos de medios sociales (YouTube, podcast, blog, Twitter, Instagram, Tik-Tok, etc.).

En estema tema también podrán aprender a desarrollar el Proceso ACE, para conseguir atraer tráfico, mejorar la conversión y mejorar el engagement con tu audiencia. Es recomendable poner ejemplos de estrategias que algunas marcas realizan en este sentido, como puede ser Hubspot, Inboundcycle o Vilma Nuñez.

#### Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 6.

El tema 6 toca el tema del video marketing. Aquí los aprendedores deberán conocer cómo hacer una estrategia de video marketing con la metodología inbound para atraer y conectar con su audiencia.

Se sugiere mostrar los datos estadísticos de crecimiento del uso del video marketing por parte de las marcas y proponer ejemplos de casos de éxito que la estén utilizando.

Como ejercicio práctico, se propone que los alumnos creen un canal de YouTube o bien de Tik-Tok y suban un video de menos de 1 minuto, explicando las ventajas del video marketing para realizar una buena estrategia de contenido. Se pueden apoyar con alguna de las herramientas vistas en las explicaciones de los temas.

**Notas para el profesor impartidor correspondientes a la elaboración del Avance de evidencia.**

El avance de evidencia está diseñado para ser elaborado en 26 horas. Se recomienda explicar su contenido y la forma de realizarlo a la par que se explican los temas 1 al 4. Tiene una visión más integradora que la actividad 1, por lo que se considera importante que el aprendedor la elabore una vez que termine los temas del 1 al 4, la actividad 1 y el quiz 1.

**Notas para el profesor impartidor correspondientes a la aplicación del Quiz 1.**

El quiz 1 contiene 20 preguntas relacionadas a los primeros 4 temas estudiados. Se pondera con 4 puntos sobre la evaluación total y requiere de un 70 mínimo para acreditarse. El aprendedor tendrá tres intentos para obtener la calificación más alta que pueda.

### Semana 3

#### Bloque 1

Actividad	Descripción	Duración
<b>Bienvenida y presentación de agenda.</b>	El profesor da una breve bienvenida y presenta la agenda de la sesión.	5 minutos.
<b>Práctica de bienestar.</b>	Del banco de prácticas de bienestar que se agregan al final de este documento, el profesor impartidor seleccionará alguna para aplicarla en la sesión.	5 minutos.
<b>Desarrollo de temas de la semana:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Aplicación en contextos reales (Introducción).</b></li> <li>○ <b>Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</b></li> </ul>	El profesor explicará a los aprendedores los contenidos con ejercicios prácticos.	40 minutos.
<b>Receso.</b>	Se brindará un espacio de receso para que el aprendedor lo utilice a su beneficio.	10 minutos.

### Bloque 2

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

### Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
<b>Resumen de lo realizado en el bloque anterior.</b>	El profesor resumirá de manera dinámica lo realizado en el bloque anterior.	10 minutos.
<b>Desarrollo de temas de la semana:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Explicación de los temas de la semana con ejercicios prácticos.</b></li> <li>○ <b>Cierre de temas.</b></li> </ul>	El profesor explicará a los aprendices los contenidos con ejercicios prácticos y realizará un cierre de los temas correspondientes.	30 minutos.
<b>Explicación de lo siguiente que deberá realizarse fuera de la sesión:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Actividad 2.</b></li> <li>• <b>Quiz 2.</b></li> </ul>	Se explicará en qué consiste la actividad 2, así como el contenido y la forma de responder el quiz 2.  Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• La actividad 2 se entrega en la semana 3.</li> <li>• El quiz 2 se presenta en semana 3.</li> </ul>	10 minutos.

### **Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 7.**

En el tema 7 los aprendedores conocerán conceptos muy diversos. Uno de ellos es cómo planear y seleccionar aquellos canales que más pueden impactar en su audiencia. Se recomienda hacer un ejercicio de práctica en donde se expongan diferentes buyer personas segmentados (puede ser por edad o por gustos) y los alumnos seleccionen cual sería el canal más apropiado.

En un segundo subtema se habla de la promoción orgánica, aquella que no es pagada. Aquí es importante que conozcan los beneficios y las razones del por qué hacerla, bien a través de estrategias de SEO o de contenidos que la generen. Se recomienda ejemplificar con contenidos de alcance orgánico importante. Puede ser a través de estrategias de SEO o marketing viral (imágenes, videos, historias, noticias, etc.).

Respecto a la promoción pagada, aunque se cubrirá más a fondo en otro tema, es importante recalcar las ventajas y desventajas de este tipo de publicidad, enumerar las diferentes opciones que existen (Google Ads, Taboola, Facebook Ads, Twitter Ads, LinkedIn Ads, etc.), e insistir en que debemos realizar una selección de los mejores canales según el tipo de buyer persona al que nos dirigimos. Se sugiere poner algunos ejemplos reales de promoción pagada.

### **Notas para el profesor impartidor correspondientes a la explicación del Tema 8.**

En el tema 8 los aprendedores conocerán la importancia de medir los resultados para poder mejorar y tomar las mejores decisiones con base en datos cuantitativos y cualitativos siguiendo una metodología.

Aprenderán a definir objetivos concretos y los KPI más importantes, antes de poner en marcha una campaña. De forma que sea posible medir si dichos objetivos se cumplieron y en qué porcentaje. Se puede realizar un ejercicio práctico para que los aprendedores definan al menos 3 indicadores de calidad que tendrían en cuenta en una campaña de marketing digital para 3 medios sociales diferentes. Pueden seleccionar entre blog, Facebook, Twitter, YouTube, Twitch, mail marketing, etc.

En este tema aprenderán a crear reportes de manera profesional, para presentar los resultados de las campañas y hacer seguimiento a conversiones. Se recomienda mostrar la herramienta de Metricool para redes sociales o bien la herramienta gratuita de Google Data Studio y conectarla a una cuenta de Google Analytics (puede usarse la cuenta demo de Google o bien las plantillas que están predefinidas).

### **Notas para el profesor impartidor correspondientes a la elaboración de la Actividad 2.**

La actividad 2 está diseñada para ser elaborada en 8 horas. Se recomienda explicar su contenido y la forma de realizarla a la par que se explican los temas 5 al 8 y que el aprendedor tome en cuenta que deberá entregarla esta semana.

### **Notas para el profesor impartidor correspondientes a la aplicación del Quiz 2.**

El quiz 2 contiene 20 preguntas relacionadas a los siguientes 4 temas estudiados. Se pondera con 4 puntos sobre la evaluación total y requiere de un 70 mínimo para acreditarse. El aprendedor tendrá tres intentos para obtener la calificación más alta que pueda.

## Semana 4

### Bloque 1

Actividad	Descripción	Duración
<b>Bienvenida y presentación de agenda.</b>	El profesor da una breve bienvenida y presenta la agenda de la sesión.	5 minutos.
<b>Práctica de bienestar.</b>	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.
<b>Integración del contenido:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Explicación de los temas vistos hasta el momento con una visión integral y práctica.</b></li> </ul>	El profesor brindará una visión integral de los temas expuestos hasta el momento, explicando con ejercicios prácticos.	40 minutos.
<b>Receso.</b>	Se brindará un espacio de receso para que el aprendiz lo utilice a su beneficio.	10 minutos.

### Bloque 2

Actividad	Descripción	Duración
<b>Recapitulación de lo realizado en el bloque previo.</b>	El profesor recapitulará de manera dinámica lo realizado en el bloque previo.	10 minutos.
<b>Integración del contenido y participación:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Explicación de los temas vistos hasta el momento con una visión integral y práctica.</b></li> <li>○ <b>Participación.</b></li> <li>○ <b>Solución de dudas.</b></li> </ul>	<p>El profesor brindará una visión integral de los temas expuestos hasta el momento, explicando con ejercicios prácticos.</p> <p>El profesor propiciará un espacio adecuado para la participación y solución de dudas por parte de los aprendedores.</p>	30 minutos.
<b>Receso.</b>	Se brindará un espacio de receso para que el aprendiz lo utilice a su beneficio.	10 minutos.

### Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
<b>Rescapitulación de lo realizado en el bloque previo.</b>	El profesor recapitulará de manera dinámica lo realizado en el bloque previo.	5 minutos.
<b>Explicación de lo siguiente que deberá realizarse fuera de la sesión:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Evidencia final.</b></li> <li>• <b>Presentar la certificación de HubSpot.</b></li> </ul>	Se explicará en qué consiste la evidencia final y se recordará a los aprendedores que deberán presentar la certificación de HubSpot esta semana.  Especificar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• La evidencia final se entrega en la semana 4.</li> <li>• La evidencia de resultados del examen de certificación se entrega en semana 4.</li> </ul>	45 minutos.

#### **Notas para el profesor impartidor correspondientes a la elaboración de la Evidencia final.**

La evidencia final está diseñada para ser elaborada en 30 horas. Se recomienda explicar su contenido y la forma de realizarlo a la par que se explican los temas 5 al 8. Tiene una visión más integradora que la actividad 1 y 2, por lo que se considera importante que el aprendedor la elabore una vez que termine los temas del 5 al 8, la actividad 2 y el quiz 2.

#### **Notas para el profesor impartidor correspondientes a la presentación de la certificación de HubSpot.**

Una vez revisadas las 12 lecciones correspondientes a la certificación de HubSpot, el aprendedor presentará el examen final. Si aprueba el examen obtendrá 7 puntos; si presenta el examen, pero no lo aprueba, obtendrá 4 puntos; y si no presenta el examen será acreedor a 0 puntos.

## Anexo 1. Banco de prácticas de bienestar

### Práctica 1

<b>Nombre de la práctica</b>	Un momento para respirar
<b>Descripción de la práctica</b>	Aprender a respirar por nariz y a tranquilizar tu mente.
<b>Palabras clave</b>	Fortalezas de carácter, y autorregulación.
<b>Instrucciones para el aprendizador</b>	<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"> <li>1. Toma 2 minutos de tu tiempo, siéntate en un lugar cómodo, donde no haya mucho ruido que te pueda distraer.</li> <li>2. Escucha música de relajación (crea tu propio ambiente de meditación).</li> <li>3. Comienza a respirar y exhalar por nariz. Trata de que tu respiración y exhalación dure el mismo tiempo.</li> <li>4. Fija tu mente en tu respiración, en cómo entra y sale el aire de tu cuerpo. Así durante dos minutos.</li> </ol> <p>Te recomendamos que si durante este periodo algún pensamiento (olvide 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>
<b>Fuente</b>	Conferencia Rosalinda Ballesteros.

## Práctica 2

<b>Nombre de la práctica</b>	Fomentando la atención plena
<b>Descripción de la práctica</b>	Llevarás a cabo breves ejercicios de meditación para fomentar la atención plena en tus actividades diarias.
<b>Palabras clave</b>	Atención plena, fortalezas de carácter, autorregulación.
<b>Instrucciones para el aprendiz</b>	<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"> <li>1. Haz tres respiraciones profundas por nariz y exhala por nariz.</li> <li>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?, etcétera. 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?</li> <li>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?</li> </ol> <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>
<b>Fuente</b>	<b>Fuente:</b> <a href="http://talentdevelop.com/articles/Page8.html">http://talentdevelop.com/articles/Page8.html</a>

### Práctica 3

<b>Nombre de la práctica</b>	Experiencias difíciles
<b>Descripción de la práctica</b>	En esta práctica podrás analizar las estrategias que seguiste para afrontar problemáticas y cómo aprendiste de tales sucesos.
<b>Palabras clave</b>	Resiliencia.
<b>Instrucciones para el aprendizador</b>	<p>Todos hemos pasado por situaciones complejas, no sólo 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>De acuerdo con Margarita Tarragona (2012), “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”. La siguiente práctica te ayudará a fomentar esta importante cualidad:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Crea una tabla con <b>tres</b> columnas y <b>cinco</b> filas.</li> <li>2. En la primera columna escribe un evento difícil o desagradable al que te hayas enfrentado en tu vida.</li> <li>3. En la segunda columna menciona cuáles son tus creencias sobre esa adversidad.</li> <li>4. En la tercera columna describe las consecuencias que tiene esa creencia.</li> <li>5. Cuando termines, lee toda la tabla y reflexiona sobre cómo te ha cambiado cada evento, y cómo lo enfrentaste.</li> <li>6. Escribe al final, ¿cómo enfrentarías cada evento hoy en día?</li> </ol>
<b>Fuente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metodología ABC.</li> <li>• Fundamentos de psicología positiva.</li> </ul>

## Práctica 4

<b>Nombre de la práctica</b>	Concentrarse en lo positivo
<b>Descripción de la práctica</b>	Analizarás sucesos que te hayan ocurrido recientemente, buscando orientar el análisis hacia las consecuencias positivas.
<b>Palabras clave</b>	Resiliencia y esperanza.
<b>Instrucciones para el aprendizador</b>	<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"> <li>1. Piensa en una noticia reciente que hayas recibido y que creas es negativa para ti.</li> <li>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.</li> <li>3. Reflexiona sobre los tres escenarios, ¿cómo enfrentarías a cada uno de ellos?</li> </ol> <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>
<b>Fuente</b>	Seligman, M. (2011). <i>Building Resilience</i> . Recuperado de <a href="https://hbr.org/2011/04/building-resilience">https://hbr.org/2011/04/building-resilience</a>

## Práctica 5

<b>Nombre de la práctica</b>	Crecimiento postraumático
<b>Descripción de la práctica</b>	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.
<b>Palabras clave</b>	Resiliencia.
<b>Instrucciones para el aprendizador</b>	<p>De acuerdo con Margarita Tarragona (2012), “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”. La siguiente práctica te ayudará a fomentar esta importante cualidad:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Escribe acerca de un momento en el que enfrentaste una adversidad significativa o pérdida.</li> <li>2. Primero escribe acerca de las puertas que se te cerraron debido a esa adversidad o pérdida, ¿qué perdiste?</li> <li>3. Después escribe acerca de las puertas que se abrieron al término o como secuela de esa adversidad o pérdida.</li> <li>4. ¿Hay nuevas maneras de actuar, pensar, o relacionarse que son más probables de suceder ahora?</li> </ol>
<b>Fuente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejercicio contribuido por Taylor Kreiss de University of Pennsylvania Positive Psychology Center, y basado en el libro A Primer in Positive Psychology de Christopher Peterson.</li> </ul>

## Práctica 6

<b>Nombre de la práctica</b>	La mejor versión de ti mismo
<b>Descripción de la práctica</b>	Escribe durante por lo menos 20 minutos acerca de la mejor versión posible de ti mismo.
<b>Palabras clave</b>	Emociones positivas, fortalezas de carácter, autorregulación y esperanza.
<b>Instrucciones para el aprendiz</b>	<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"> <li>• ¿Cómo es esa mejor versión de ti mismo?</li> <li>• ¿Qué hace él o ella cotidianamente?</li> <li>• ¿Qué dicen los demás acerca de él o ella?</li> </ul> <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>
<b>Fuente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejercicio contribuido por Taylor Kreiss de University of Pennsylvania Positive Psychology Center, y basado en el libro A Primer in Positive Psychology de Christopher Peterson.</li> </ul>

## Práctica 7

<b>Nombre de la práctica</b>	Obtener lo que quieres
<b>Descripción de la práctica</b>	Reflexionarás sobre alguna meta que desees alcanzar y propondrás una forma de conseguirla.
<b>Palabras clave</b>	Logro, involucramiento, fortalezas de carácter, esperanza, autorregulación, metas y objetivos a largo plazo.
<b>Instrucciones para el aprendizador</b>	<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"> <li>1. ¿Qué quieres lograr? (al trazar tu meta, procura que esta sea específica, medible, alineada, realista, retadora y con una piensa en algo y utiliza el SMART* para definirlo).</li> <li>2. ¿Qué te impide que lo tengas en este momento?</li> <li>3. ¿Qué sufrimiento estás experimentando en tu vida por no tenerlo en este momento?</li> <li>4. ¿Qué placer, involucramiento, relación, significado o logro tendrías en tu vida si tuvieras eso en este momento?</li> <li>5. ¿Qué hábitos te detienen o no te dejan avanzar hacia eso que quieres?</li> <li>6. ¿Qué nuevos hábitos podrías generar para ayudarte a obtener lo que quieres?</li> <li>7. ¿Qué dos cosas podrías hacer para romper con los hábitos que no te permiten avanzar hacia lo que quieres y generar hábitos nuevos?</li> <li>8. ¿Te comprometes a hacer esas dos cosas? Si es así, ¿cuándo las harás?</li> </ol> <p>Escribe tus resultados en un sitio donde puedas verlos constantemente.</p>
<b>Fuente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejercicio contribuido por Taylor Kreiss de University of Pennsylvania Positive Psychology Center, y basado en el libro A Primer in Positive Psychology de Christopher Peterson.</li> </ul>

## Práctica 8

<b>Nombre de la práctica</b>	Felicidad en el trabajo
<b>Descripción de la práctica</b>	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.
<b>Palabras clave</b>	Involucramiento, emociones y relaciones positivas.
<b>Instrucciones para el aprendiz</b>	<p>Elegir conscientemente maneras de incrementar la felicidad en el trabajo puede hacer la diferencia en cómo nosotros nos sentimos y que 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"> <li>• <b>Dar.</b> ¿Cómo estoy apoyando a mis colaboradores, compañeros, líderes, proveedores y clientes?</li> <li>• <b>Relaciones.</b> ¿Cómo puedo mejorar mis relaciones en el trabajo? ¿Cómo logro un balance entre la vida laboral y familiar?</li> <li>• <b>Ejercicio.</b> ¿Cómo puedo integrar la actividad física dentro de mis actividades diarias? ¿Cómo aseguro que estoy comiendo bien y descansando lo suficiente?</li> <li>• <b>Conciencia.</b> ¿Cómo puedo construir momentos de atención plena en mi día laboral?</li> <li>• <b>Ensayo.</b> ¿Qué habilidades estoy construyendo? ¿Qué cosas nuevas he experimentado?</li> <li>• <b>Dirección.</b> ¿Cuáles son mis metas laborales hoy, esta semana, este año? ¿Cómo caben y contribuyen éstas 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?</li> <li>• <b>Resiliencia.</b> ¿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?</li> <li>• <b>Emoción.</b> ¿Qué cosas, aunque sean pequeñas, puedo encontrar que me pueden hacer sentir</li> </ul>

Fuente	bien en mi trabajo hoy? ¿Qué me ha hecho sonreír? Tomado de Catálogo de actividades para profesores.
--------	---

## Práctica 9

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 aprendiz	<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"> <li>1. ¿Qué te atrajo de tus compañeros cuando se conocieron?</li> <li>2. ¿Qué cosas han disfrutado al hacerlas juntos?</li> <li>3. ¿Qué cosas realmente aprecias de ellos en este momento?</li> <li>4. ¿Cuáles son sus fortalezas?</li> </ol> <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"> <li>• “Realmente me encanta cuando ellos...”</li> <li>• “Son tan buenos para...”</li> <li>• “Viéndolos hacer..., me recuerda ese fantástico día cuando nosotros...”</li> </ul> <p>Aunque realizar dicho análisis con todas las personas que conoces resulta poco práctico, puedes usar los</p>

	<p>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>
<b>Fuente</b>	Basado en Catálogo de actividades para profesores.

### Práctica 10

<b>Nombre de la práctica</b>	Tus fortalezas en los ojos del otro
<b>Descripción de la práctica</b>	En la práctica podrás reflexionar sobre la percepción que otros tienen sobre tus fortalezas de carácter.
<b>Palabras clave</b>	Fortalezas de carácter.
<b>Instrucciones para el aprendiz</b>	<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"> <li>1. Piensa sobre alguna vez que algún compañero de trabajo te compartió lo que piensa de ti y que te haya sorprendido.</li> <li>2. Piensa, ¿qué fue lo que te llamó más la atención?, ¿qué fortalezas vio en ti que pensaste no tenías tan desarrolladas?</li> <li>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.</li> </ol>
<b>Fuente</b>	Niemic, R. (2016). How to Assess Your Strengths: 5 Tactics for Self-Growth. Recuperado de <a href="https://www.psychologytoday.com/blog/what-matters-most/201603/how-assess-your-strengths-5-tactics-self-growth?platform=hootsuite">https://www.psychologytoday.com/blog/what-matters-most/201603/how-assess-your-strengths-5-tactics-self-growth?platform=hootsuite</a>

## Práctica 11

<b>Nombre de la práctica</b>	Plantea tus objetivos como metas de aproximación y replantea tus metas de evitación
<b>Descripción de la práctica</b>	Con base a lo que plantea Grenville, en la práctica podrás definir diferentes tipos de metas y encontrar la mejor manera de conseguirlas.
<b>Palabras clave</b>	Objetivos, metas y planes.
<b>Instrucciones para el aprendizador</b>	<p>La autora Bridget Grenville-Cleave comenta que en el establecimiento de metas es importante distinguir los tipos de metas que hay y menciona dos:</p> <p><b>1. Metas de aproximación (approach):</b>          Son las metas con resultados positivos (deseables, placenteros, benéficos o que nos gustaría tener), y hacia las cuales trabajamos.</p> <p><b>2. Metas de evitación (avoidance):</b>          Son las metas con resultados negativos (indeseables, dolorosos, dañinos, o nos disgustan), y en las cuales trabajamos para evitarlas.</p> <p>Ejemplo:</p> <p><b>Meta de aproximación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser más eficiente.</li> <li>• Ser amigable y extrovertido en reuniones.</li> <li>• Asumir el rol de líder en el trabajo.</li> </ul> <p><b>Meta de evitación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dejar de aplazar.</li> <li>• Dejar de ser tan tímido en las reuniones.</li> <li>• No pasar desapercibido en el trabajo.</li> </ul> <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"> <li>• ¿Qué tipo de metas te has planteado tú?</li> <li>• ¿Hay algunas metas que puedas replantear en una forma más positiva?</li> <li>• ¿Cuándo las tendrás listas?</li> </ul>
<b>Fuente</b>	Secretos para el establecimiento de metas, tomado de: <a href="http://positivepsychologynews.com/news/bridget-grenville-cleave/2012013120696">http://positivepsychologynews.com/news/bridget-grenville-cleave/2012013120696</a>

## Anexo 2. Rúbrica de Avance de evidencia

Criterios de evaluación	Nivel de desempeño			%
	Altamente competente 100%-86%	Competente 85%-70%	Aún sin desarrollar la competencia 69%-0%	
<b>Tabla comparativa.</b>	<b>25 – 21 puntos</b>	<b>20 – 16 puntos</b>	<b>15 – 0 puntos</b>	<b>25</b>
	Elabora una tabla comparativa que permite analizar la marca incluyendo dos de sus redes sociales con mayor presencia y actividad digital, y responde a las preguntas detonantes de cada columna.	Elabora una tabla comparativa que permite analizar la marca incluyendo una red social con mayor presencia y actividad digital, o no responde todas las preguntas detonantes de cada columna.	Elabora una tabla comparativa que permite analizar la marca incluyendo solo una red social con mayor presencia y actividad digital, y no responde todas las preguntas detonantes de cada columna.	
<b>Storytelling de la marca.</b>	<b>20 – 16 puntos</b>	<b>15 – 11 puntos</b>	<b>10 – 0 puntos</b>	<b>20</b>
	Da respuesta a las cuatro preguntas detonantes para la estructura del storytelling para la marca.	Da respuesta a tres preguntas detonantes para la estructura del storytelling para la marca.	Da respuesta a dos o menos preguntas detonantes para la estructura del storytelling para la marca.	
<b>Tipo de contenido.</b>	<b>35 – 31 puntos</b>	<b>30 – 26 puntos</b>	<b>25 – 0 puntos</b>	<b>35</b>
	Establece y justifica correctamente el tipo de contenido para la marca, así como la elección de las mejores plataformas de redes sociales.	No establece correctamente el contenido y el tipo para la marca o no justifica correctamente la elección.	No establece correctamente el contenido y el tipo para la marca y no justifica correctamente la elección.	

Palabras clave.	20 – 16 puntos	15 – 11 puntos	10 – 0 puntos	20
	Establece las palabras clave más importantes y realiza una investigación y análisis del volumen de búsqueda en Google Trends adjuntando como evidencia la captura de pantalla.	No establece las palabras clave más importantes o no realiza una investigación y análisis del volumen de búsqueda en Google Trends.	No establece las palabras clave más importantes y no realiza una investigación y análisis del volumen de búsqueda en Google Trends.	
<b>TOTAL</b>				<b>100%</b>

### Anexo 3. Rúbrica de Evidencia final

Criterios de evaluación	Nivel de desempeño			%
	Altamente competente 100%-86%	Competente 85%-70%	Aún sin desarrollar la competencia 69%-0%	
Palabras clave SEO y recorrido del comprador.	20 – 16 puntos	15 – 11 puntos	10 – 0 puntos	20
Elige las palabras clave indicadas para cada etapa del recorrido del comprador y justifica la elección con base en lo estudiado.	No elige correctamente las palabras clave indicadas para cada etapa del recorrido del comprador o no justifica la elección con base en lo estudiado.	No elige correctamente las palabras clave indicadas para cada etapa del recorrido del comprador y no justifica la elección con base en lo estudiado.		

<b>Tipo de video.</b>	<b>10 – 8 puntos</b>	<b>7 – 5 puntos</b>	<b>4 – 0 puntos</b>	<b>10</b>
	Elige los tipos de video más adecuados e incluye la justificación al respecto.	No elige los tipos de video más adecuados o no incluye la justificación al respecto.	No elige los tipos de video más adecuados y no incluye la justificación al respecto.	
<b>Desarrollo de guion.</b>	<b>20 – 16 puntos</b>	<b>15 – 11 puntos</b>	<b>10 – 0 puntos</b>	<b>20</b>
	Desarrolla al menos dos guiones con estilo de contenido siempre verde considerando las respuestas sobre storytelling del avance de evidencia.	Desarrolla solo un guion con estilo de contenido siempre verde o no considera las respuestas sobre storytelling del avance de evidencia.	Desarrolla solo un guion con estilo de contenido siempre verde y no considera las respuestas sobre storytelling del avance de evidencia.	
<b>Estrategia de distribución.</b>	<b>10 – 8 puntos</b>	<b>7 – 5 puntos</b>	<b>4 – 0 puntos</b>	<b>10</b>
	Establece correctamente las redes sociales y la estrategia de promoción y medición de resultados para la distribución del contenido.	No establece correctamente las redes sociales o la estrategia de promoción y medición de resultados para la distribución del contenido.	No establece correctamente las redes sociales ni la estrategia de promoción y medición de resultados para la distribución del contenido.	
<b>Estrategia de reciclaje y reutilización.</b>	<b>15 – 11 puntos</b>	<b>10 – 6 puntos</b>	<b>5 – 0 puntos</b>	<b>15</b>
	Diseña una estrategia de reciclaje y reutilización del contenido justificando cada elección.	No diseña correctamente una estrategia de reciclaje y reutilización del contenido o no justifica cada elección.	No diseña correctamente una estrategia de reciclaje y reutilización del contenido y, además, no justifica cada elección.	
<b>Ensayo.</b>	<b>25 – 21 puntos</b>	<b>20 – 16 puntos</b>	<b>15 – 0 puntos</b>	<b>25</b>
	Redacta un ensayo atendiendo de manera fundamentada cada uno de los cinco incisos.	Redacta un ensayo, pero solo atiende correctamente o de manera fundamentada cuatro o tres incisos.	Redacta un ensayo, pero no atiende correctamente ni tampoco de manera fundamentada los incisos.	
<b>TOTAL</b>				<b>100%</b>

*"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.*