

COORDINACIÓN TÉCNICA ADMINISTRATIVA
No.14-06-08 CHICHICASTENANGO, QUICHÉ.

GUÍAS DE APRENDIZAJE A DISTANCIA COVID-19

Nombre del Centro Educativo: I.N.E.E.B., "PEM. DANIEL ADÁN GARCÍA BARRIOS"
Código del Establecimiento: 14-06-0298-45 Mes de Aplicación: Septiembre
Nombre del Director: PEM. LUIS GILBERTO YAX TZUL No. de Tel. 58767600

Docente: Lcda. Nattie Guadalupe Castillo López	No. de Tel. 57015859
Grado: Tercero Básico	Sección: B
Nombre del estudiante:	Clave:
Área: Emprendimiento para la productividad (Técnicas de comercialización y mercadeo)	
Fecha de aplicación: 01 al 14 de Septiembre de 2020	

1. COMPONENTE CURRICULAR

Tema a desarrollar: Marketing digital

Competencia
Ejecuta propuestas de emprendimiento productivo escolar o comunitario que enfatizan la integración de liderazgo y procesos administrativos y comerciales.

Indicador de logro:
Evalúa los efectos de la promoción y la publicidad en las ventas de productos elaborados en el establecimiento educativo.

2. COMPONENTE METODOLÓGICO

Metodología: Aprendizaje basado en destrezas cognitivas.

Desarrollo del tema

Marketing Digital
El marketing digital es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales. Todas las técnicas del mundo off-line son imitadas y traducidas a un nuevo mundo, el mundo online. En el ámbito digital aparecen nuevas herramientas como la inmediatez, las nuevas redes que surgen día a día, y la posibilidad de mediciones reales de cada una de las estrategias empleadas. Se conocen dos instancias:

WEB 1.0

La primera se basa en la web 1.0, que no difiere de la utilización de medios tradicionales. Su mayor característica es la imposibilidad de comunicación y exposición de los usuarios.

Solamente la empresa tiene el control de aquello que se publica sobre sí misma.

WEB 2.0

Con la web 2.0 nace la posibilidad de compartir información fácilmente gracias a las redes sociales y a las nuevas tecnologías de información que permiten el intercambio casi instantáneo de piezas que antes eran imposibles, como videos, gráfica, etc. Se comienza a usar internet no solo como medio para buscar información sino como comunidad, donde hay relaciones constantemente y feedback con los usuarios de diferentes partes del mundo.

En este nuevo ámbito se desarrolla la segunda instancia del marketing digital ya que los usuarios pueden hablar de la marca libremente. Ellos tienen un poder importantísimo que antes sólo se le permitía a los medios: La opinión.

Las técnicas de comercialización deben entonces cambiar su paradigma. Si antes los distribuidores, los medios, y los productores eran los que tenían el poder de la opinión, ahora el foco debe cambiar al usuario. Este es capaz de buscar aquello que quiere gracias al poder de los search engines (Google, Yahoo, Bing, etc.), y no sólo preguntar a los medios dados si su decisión es correcta, también tiene la posibilidad de leer reseñas, comentarios y puntuaciones de otros usuarios.

Es por eso que una estrategia digital debe incluir todos los espacios relevantes en donde el target interactúe, buscando influenciar opiniones y opinadores, mejorar los resultados de los motores de búsqueda, y analizando la información que estos medios provean para optimizar el rendimiento de las acciones tomadas. El marketing digital es el conjunto de diseño, creatividad, rentabilidad y análisis

Actividad No.1

Después de leer el texto, realiza un resumen con tus propias ideas sobre el tema, en hojas adicionales tamaño oficio. El resumen debe abarcar como mínimo 15 líneas.

Actividad No.2

Escribe 5 ventajas y 5 desventajas del marketing digital, en hojas adicionales tamaño oficio.

Actividad No.3

Dibuja los iconos de redes sociales que pueden ser útiles para el marketing digital. Utiliza hojas adicionales tamaño oficio y los materiales para pintar que tengas en casa o prefieras.

Ejemplo de icono:



Actividad No. 4

Escribe un ejemplo de negocio que puede ser exitoso a través del marketing digital, luego inventa el logo que le pondrías y haz el dibujo en una hoja tamaño oficio utilizando la totalidad de la hoja. Pinta con el material que tengas en casa (crayones, marcadores, témpera)

Modalidad. Se utilizará la red social WhatsApp para la realimentación o resolución de dudas e inquietudes acerca de las actividades a realizar.

3. COMPONENTE DE EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

A. Herramienta De Evaluación De Desempeño:

Portafolio de aprendizaje.

Instrucciones: Todas las actividades realizadas en hojas adicionales deben ser archivadas en un portafolio elaborado a su creatividad, al cual debe tomarle una fotografía y enviarla junto a las demás fotografías.

B. Herramienta de Evaluación de observación:

Lista de cotejo

(Exclusiva de docentes, no es una actividad para el estudiante)

Aspectos a calificar:

- Aplica las normas ortográficas
- Utiliza habilidades de análisis y criterio propio para la realización de resumen
- Identifica ventajas y desventajas del marketing digital correctamente.
- Utiliza creatividad para la realización de dibujos
- Utiliza conceptos de marketing como base para la elaboración de logotipo.

Mecanismo de Reforzamiento: - Resolución de dudas y acompañamiento de docente por teléfono o WhatsApp en horario de 7:30 am a 12:30 pm.