



**INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO QUITO**
Formamos tu PROPOSITO DE VIDA

Guía general de APLICACIONES DE INTERNET



DESDE 1984 - OLVIDO
**SABER
HACER**
Bien
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO QUITO

ISBN: 978-9942-562-03-6



9 789942 562036

GUÍA GENERAL DE APLICACIONES DE INTERNET

AUTOR: DOMÉNICA VIRACOCCHA

EDICIÓN: PRIMERA

AÑO: 2024

TRABAJO EN EDICIÓN:



EQUIPO EDITORIAL:

EDITOR INTERNO: DIEGO JAVIER BASTIDAS LOGROÑO

EDITOR EXTERNO: DAVID FABIÁN CEVALLOS SALAS

Este material está protegido por derechos de autor. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de esta obra en cualquier medio sin la autorización escrita de los autores y el equipo editorial. El incumplimiento de esta prohibición puede conllevar sanciones establecidas en las leyes de Ecuador.

Todos los derechos están reservados.

ISBN: 978-9942-562-03-6



SOBRE EL AUTOR



Doménica Viracocha González, es una destacada profesional en el ámbito del marketing digital y la educación, con una sólida formación académica y experiencia práctica que la posicionan como una referente en su campo. Ingeniera en Mercadotecnia por la Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE), ha complementado su formación con dos maestrías: una en Educación Básica por la Universidad Estatal de Milagro y otra en Gestión del Talento en el Sector Educativo por la European Business School.

Con más de una década de experiencia profesional, Doménica ha ejercido como docente investigadora en prestigiosos institutos como el Instituto Superior Tecnológico Quito, donde imparte materias como videomarketing, productos digitales y aplicaciones de internet. Su enfoque pedagógico combina creatividad, adaptabilidad y el uso de herramientas tecnológicas, fortaleciendo el aprendizaje activo y la innovación en la enseñanza.

Doménica ha contribuido al conocimiento académico con publicaciones indexadas, entre las que destacan: el artículo “Comunicación como sistema de posicionamiento del turismo en el Ecuador”, publicado en la revista YURA indexada en Latindex (2019); y el capítulo del libro “Aplicación de herramientas administrativas y legales para el manejo del recurso humano en Quindío, Colombia”, publicado por la Editorial EIDEC en Colombia (2024). Estas obras reflejan su interés por temas interdisciplinarios que abarcan desde la comunicación y el marketing hasta la gestión de recursos humanos.

Además, ha adquirido certificaciones en áreas clave como SEO, SEM, Google Ads y marketing digital, consolidándose como una experta en estrategias de contenido y optimización de plataformas digitales. Su experiencia también incluye roles destacados como coordinadora de marketing, social media manager y organizadora de eventos, demostrando una capacidad excepcional para liderar equipos y proyectos en entornos dinámicos.



ÍNDICE

UNIDAD 1 INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS BÁSICOS	10
1. Fundamentos de Internet.....	11
1.1. Evolución	11
1.2. Impacto del internet con el marketing	12
1.3. Aplicaciones de Internet	13
1.4. Navegador web, búsqueda de información.....	15
1.5. Seguridad en internet.....	15
1.6. Netiqueta y comportamiento online en el contexto del marketing y el comercio electrónico.....	15
2. Usos y primeros acercamientos	16
2.1. Riesgos del Uso del Internet	17
2.2. Principales Aplicaciones de Google Workspace.....	18
2.3. Beneficios de Google Workspace.....	19
3. Google Drive	21
3.1. Características de Google Drive	21
4. Google Docs.....	22
4.1. Características de Google Docs	22
5. Google Trends.....	23
5.1. Características de Google Trends.....	24
5.2. Beneficios de Google Trends.....	26
AUTOEVALUACIÓN 1	27
UNIDAD 2 TIPOS DE APLICACIONES DE INTERNET	29
6. Google Forms.....	30
6.1. Características y Beneficios.....	30
7. Google Sheets.....	32
7.1. Características de Google Sheets	32
8. Google Sites	34
8.1. Características de Google Sites	35
8.2. Aplicaciones de Google Sites.....	36
8.3. Ventajas de Google Sites.....	37
9. Herramientas e Intenciones de Búsqueda	37
9.1. Intención de Búsqueda.....	37
9.2. Tipos de Intención de Búsqueda	37



9.3.	Herramientas de Búsqueda.....	39
9.4.	Google Search Console (GSC).....	39
9.5.	Answer The Public.....	40
9.6.	UberSuggest.....	42
9.7.	Surfer SEO.....	43
10.	Aplicaciones de video - Youtube Otras Aplicaciones Web y Móviles.....	45
10.1.	Youtube.....	45
10.2.	Adobe Creative Cloud.....	46
10.3.	Camtasia.....	47
10.4.	Canva.....	47
10.5.	CapCut.....	47
10.6.	InShot.....	48
10.7.	Lightroom (Adobe Photoshop Lightroom).....	48
AUTOEVALUACIÓN 2.....		50
UNIDAD 3 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS CON APLICACIONES DE INTERNET.....		52
11.	Aplicaciones de inteligencia artificial.....	53
11.1.	Inteligencia Artificial.....	53
11.2.	Desafíos Actuales y Éticos.....	53
12.	Introducción a la inteligencia artificial en marketing.....	54
12.1.	Aplicación de la IA en Marketing.....	54
13.	Personalización de contenido.....	56
13.1.	Aplicaciones Estratégicas de la Personalización de Contenidos.....	56
14.	Automatización de respuestas.....	58
15.	Analítica de marketing simplificada.....	60
15.1.	Tipos de Analítica de Marketing.....	60
15.2.	Métricas Claves.....	61
AUTOEVALUACIÓN 3.....		63
BIBLIOGRAFÍA.....		65
16.	BÁSICA.....	65
17.	COMPLEMENTARIA.....	66
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Logo Google Drive.....	21
Figura 2 Logo Google Docs	22
Figura 3 Logo Google Trends	23
Figura 4 Logo Google Forms	30
Figura 5 Logo Google Sheets	32
Figura 6 Logo Google Sites.....	34

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características de las Aplicaciones	14
Tabla 2 Usos de Internet.....	16
Tabla 3 Riesgos del Internet	17
Tabla 4 Aplicaciones de Google	19
Tabla 5 Funcionalidades Clave Google Trends	24
Tabla 6 Características de Google Forms	31
Tabla 7 Características de Google Sheets.....	33
Tabla 8 Características de Google Sites	35
Tabla 9 Aplicaciones de Google Sites	36
Tabla 10 Tipos de Intención de Búsqueda.....	37
Tabla 11 Funcionalidades de GSC.....	39
Tabla 12 Categorías de Answer The Public.....	40
Tabla 13 Características Principales de Surfer SEO	43
Tabla 14 Aplicaciones Estratégicas de la Personalización de Contenidos.....	56

ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1 Tasa de Conversión	61
Ecuación 2 Costo por Adquisición (CPA).....	61
Ecuación 3 Retorno sobre Inversión (ROI).....	61
Ecuación 4 Valor del Tiempo de Vida del Cliente (CLTV).....	62



PRESENTACIÓN DE LA GUÍA GENERAL DE APLICACIONES DE INTERNET

En este curso, se explorará el gran panorama de las aplicaciones de internet desde la perspectiva del marketing digital y comercio electrónico. Los estudiantes aprenderán a desarrollar de forma eficiente las herramientas y procesos fundamentales para la implementación y gestión de aplicaciones online, enfocándose en cómo estas pueden ser utilizadas para mejorar la eficacia y el alcance de las estrategias de marketing digital.

La asignatura permite a los estudiantes conocer las utilidades y funcionalidades de las aplicaciones de internet, para ejecutar acciones determinadas, optimizar tiempo y recursos que serán usados en el transcurso de la carrera y principalmente en el ejercicio profesional.

El objetivo de esta asignatura de Aplicaciones de Internet es brindar a los estudiantes la capacidad de analizar y comprender los principios y fundamentos en el uso estratégico de herramientas digitales dentro del Marketing Digital y Comercio Electrónico. Mediante la exploración crítica de las funcionalidades y ventajas de diversas plataformas en línea, así como la aplicación de métodos para la implementación de soluciones digitales, desarrollarán habilidades para enfrentar los desafíos del mercado digital. Este conocimiento les permitirá aplicar recursos en línea de manera efectiva en proyectos de marketing y diseño, fomentando el desarrollo de un perfil profesional adaptativo y contribuyendo a la solución de problemas en el sector del marketing digital y comercio electrónico.



OBJETIVO GENERAL

Desarrollar competencias críticas y estratégicas en el uso de aplicaciones de internet, permitiendo la aplicación eficiente de recursos en línea en sus proyectos de marketing y diseño.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

No	UNIDADES TEMÁTICAS	COMPETENCIAS (1)	EVALUACIÓN DE RESULTADOS DE APRENDIZAJE (2)	PERFIL DE EGRESO
1	Introducción y conceptos básicos.	Crearé destrezas estratégicas, de planificación y ejecución para desempeñarse en el mundo de los negocios digitales.	Identifica conceptos, características y funcionalidades de las aplicaciones de internet.	El estudiante de Marketing Digital y Comercio Electrónico será capaz de ejecutar actividades relacionadas con la estrategia y la dirección de equipos dentro de un departamento de marketing digital. Será capaz de demostrar solvencia en el manejo de herramientas de Analítica, SEM, SEO y Diseño Web y se convertirá en un experto Community Manager para fomentar el posicionamiento de cualquier marca o servicio del sector productivo.
2	Tipos de aplicaciones de internet.		Diferencia los rasgos distintos de cada aplicación de internet y su posible aplicación.	
3	Elaboración de productos con aplicaciones de internet.		Genera productos que son útiles a distintos procesos de marketing.	

RECOMENDACIONES PARA EL ESTUDIANTE

- Los estudiantes deben tener conocimiento de Técnicas de Estudio y saber aplicar una metodología de trabajo. Deben ser activos y participar en el desarrollo de la asignatura
- Asistencia regular a clase y seguimiento continuo de la misma.
- Prepararse para la clase, leyendo los apuntes de la clase anterior.
- Concentrarse en escuchar, comprender y analizar lo que se explica.
- Participar de modo activo en las clases, haciendo preguntas y respondiendo a las que se planteen.
- Resolver los ejercicios prácticos.
- Estudiar para el examen sintetizando la información más importante, estableciendo relaciones entre conceptos y contrastando semejanzas y diferencias entre los mismos.
- Repasar las prácticas que se han realizado durante el semestre.
- Llevar la asignatura al día, planificar y organizar el trabajo a realizar.
- De igual modo, es aconsejable que el alumno utilice su cuenta de correo institucional para poder estar al día en las novedades relacionadas con la asignatura y, de este modo, aprovechar las ventajas del Campus Virtual.



UNIDAD 1

INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS BÁSICOS

Fundamentos de Internet

Usos y primeros acercamientos

Aplicaciones de Google

Google Drive

Google Docs

Google Trends



1. Fundamentos de Internet

El internet une a millones de personas en todo el mundo, superando las limitaciones de tiempo y espacio que existían previamente. Este avance representa un cambio significativo en la tecnología y las comunicaciones, transformando profundamente la manera en que los seres humanos se comunican e interactúan. Gracias a esta conectividad global, las barreras geográficas y temporales se desvanecen, permitiendo una interacción y expresión humanas sin precedentes (Calcaneo, 2021).

Según el internet es una de las características más destacadas de nuestra era. No solo es una herramienta poderosa para procesar información y facilitar el aprendizaje con materiales didácticos interactivos, sino que también permite acceder a una gran cantidad de información y abre un nuevo canal de comunicación. Esto introduce un paradigma educativo innovador, sin barreras de tiempo o espacio para el acceso a la información y la comunicación interpersonal. Además, ofrece diversas oportunidades para la educación personalizada y el aprendizaje cooperativo, en línea con los enfoques socio-constructivistas (Villota et al., 2019).

1.1. Evolución

La red global de computadoras tuvo sus orígenes en el periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial, evolucionando significativamente debido a la investigación científica. Su creación no se atribuye a un solo inventor; más bien, fue el resultado del esfuerzo colaborativo de varios científicos que desarrollaron las tecnologías y procesos que permiten la comunicación entre computadoras. Originalmente, Internet se utilizó como una red privada para fines académicos en Estados Unidos, pero eventualmente se transformó en una red pública y luego en una red global para el intercambio de información (Naughton, 2016).



En los inicios de la Guerra Fría, la necesidad de un sistema de comunicación militar resistente llevó a Paul Baran de RAND a conceptualizar la conmutación de paquetes, base para ARPANET en 1967, precursora de Internet. La Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (ARPA) se creó en respuesta al lanzamiento del Sputnik por la Unión Soviética. Con el tiempo, ARPANET pasó de ser una red militar a una civil, adoptando tecnologías como los protocolos TCP/IP desarrollados por Robert E. Kahn y Vinton G. Cerf en 1973. Durante los años 80 y 90, el crecimiento de Internet fue exponencial, facilitado por la aparición de proveedores de servicios de Internet y la invención de la World Wide Web por Tim Berners-Lee. La transición hacia la Web 2.0 y el auge de los smartphones transformaron Internet en una plataforma universal para el comercio, el entretenimiento y la comunicación social.

1.2. Impacto del internet con el marketing

Actualmente el internet ha revolucionado el marketing permitiendo la difusión de trabajos y productos a un costo significativamente menor que los métodos tradicionales como la televisión. A través de las redes sociales, las empresas pueden acceder a un amplio público y utilizar influencers, como bloggers y youtubers, para potenciar su alcance sin grandes inversiones en publicidad. Estos influencers ejercen una influencia considerable en sus audiencias específicas, lo que puede hacer que un producto se vuelva viral, aumentando su reconocimiento de manera exponencial. Además, la respuesta y el feedback de los clientes es casi inmediato en este entorno digital (Rodríguez & Chapis, 2019).

Adicionalmente, se destaca por sus características únicas de comunicación. Ofrece interactividad, permitiendo a las empresas comunicarse de manera más personalizada con los usuarios. A diferencia de los medios masivos tradicionales, donde



los anunciantes imponen su contenido, en Internet es el usuario quien elige qué ver, destacando la importancia de adaptar las estrategias publicitarias a esta dinámica activa y selectiva del consumidor. Las tácticas publicitarias intrusivas suelen ser inefectivas en este medio, donde los usuarios prefieren no recibir anuncios no solicitados, la publicidad efectiva en Internet se realiza a través de buscadores y sitios web que atraen grandes audiencias o públicos más específicos, aprovechando la capacidad de dirigir mensajes personalizados a grupos de usuarios bien definidos.

1.3. Aplicaciones de Internet

El término app (abreviatura de application, que en inglés significa aplicación) se refiere a programas diseñados específicamente para dispositivos móviles, como smartphones y tabletas, que facilitan la realización de diversas actividades mediante una amplia variedad de servicios. Aunque es complicado determinar su origen exacto, las apps ganaron popularidad masiva en 2008 con el establecimiento de las tiendas virtuales. Actualmente, las principales plataformas de distribución de estas aplicaciones son la App Store y la Play Store (Manivel et al., 2021).

Desde sus primeras formas como aplicaciones de terminal virtual, las aplicaciones de red han evolucionado significativamente hasta incluir tecnologías como la web, el correo electrónico y la telefonía. Estas aplicaciones comparten la necesidad fundamental de facilitar la comunicación entre procesos operando en diferentes sistemas. Esta comunicación se logra a través de una arquitectura de red organizada en capas, usando lo que se conoce como protocolos de aplicación. Estos protocolos, esenciales para las funcionalidades de las aplicaciones distribuidas, operan en la llamada capa de aplicación. Son fundamentales para permitir el intercambio de información y el diálogo entre los distintos procesos de software en la red (Giménez, 2012).



Las características clave de las aplicaciones de internet, son las siguientes:

Tabla 1
Características de las Aplicaciones

Características	Concepto
Interactividad	Esto permite a los usuarios interactuar activamente con el contenido, participar en actividades en línea, y manipular y controlar datos en tiempo real.
Interactividad	Esto permite a los usuarios interactuar activamente con el contenido, participar en actividades en línea, y manipular y controlar datos en tiempo real.
Accesibilidad	La accesibilidad en el contexto de las aplicaciones de internet implica la facilidad de acceso a los servicios y contenido desde cualquier lugar y en cualquier momento, siempre que se disponga de una conexión a internet.
Diversidad	Esto incluye aplicaciones educativas, de entretenimiento, financieras, de salud, y muchas más, cada una diseñada para satisfacer las necesidades específicas de distintos segmentos de la población.
Utilidad	Estas aplicaciones ayudan a realizar tareas cotidianas de manera más eficiente, ofrecen soluciones a problemas comunes, y facilitan funciones que antes requerían considerable tiempo y esfuerzo.

Nota: Características de las aplicaciones. Elaboración: Autor.



1.4. Navegador web, búsqueda de información.

Para acceder y navegar por Internet, es esencial contar con un navegador web instalado en el dispositivo. Los navegadores, también conocidos como navegadores de Internet o exploradores web, son programas informáticos diseñados para recuperar y visualizar páginas web desde servidores alrededor del mundo. Estos permiten a los usuarios desplazarse de una página a otra mediante enlaces hipertextuales, facilitando así la interacción con la gran cantidad de información y servicios disponibles en la web. Sin un navegador, no es posible explorar ni utilizar Internet, lo que subraya su importancia crítica en el acceso a la red (Delgado, 2020).

1.5. Seguridad en internet

La seguridad en Internet se refiere a las medidas y protocolos para proteger actividades y transacciones realizadas en la red. Forma parte integral de la ciberseguridad y abarca aspectos como la protección de navegadores, comportamiento en línea, y la seguridad de las redes. Dado que muchas actividades diarias se realizan en línea, enfrentamos diversos riesgos cibernéticos, incluyendo: hackeo, malware, robo de identidad.

1.6. Netiqueta y comportamiento online en el contexto del marketing y el comercio electrónico.

La reciente transición a entornos virtuales ha transformado las interacciones sociales, filtrando la comunicación a través de plataformas digitales y comunidades en línea. Esta revolución digital exige adaptaciones en las habilidades comunicativas y en cómo nos relacionamos con los demás. En este contexto, la (Netiquette) o etiqueta en la red adquiere importancia como un conjunto de normas que guían comportamientos en



línea respetuosos y empáticos, asegurando comunicaciones fluidas y seguras. Estas normas se basan en principios de interacción cara a cara y enfatizan la importancia de compartir conocimientos sobre el uso de herramientas digitales, ser conscientes del tiempo y los recursos de los demás, y respetar la identidad y privacidad digital de otros (Restrepo, 2020).

2. Usos y primeros acercamientos

En la actualidad el internet se ha convertido en una herramienta esencial en la vida diaria, utilizada por millones de personas alrededor del mundo para una variedad de propósitos (García, 2021). A continuación, se describen más detalladamente los principales usos de Internet:

Tabla 2
Usos de Internet

Usos de Internet	Descripción
Redes y Mensajería	Plataformas como Facebook, Instagram y Twitter no solo permiten la interacción social y el entretenimiento, sino también funcionan como importantes canales para la diseminación de noticias y la promoción de productos y servicios.
Recreación Online	Internet ha facilitado el acceso a juegos de video y sitios de apuestas, donde los usuarios pueden participar en juegos interactivos y competiciones globales o realizar apuestas en eventos deportivos y juegos de casino desde la comodidad de su hogar.

Estudios e Investigación Estudiantes y académicos utilizan Internet para realizar investigaciones, acceder a material de estudio y colaborar en proyectos internacionales.

Nota: Usos del internet. Elaboración: Autor.

Estos usos demuestran la versatilidad de Internet como herramienta, facilitando desde la comunicación y el entretenimiento hasta la educación y el comercio, impactando significativamente varios aspectos de la sociedad moderna.

2.1. Riesgos del Uso del Internet

El internet y la comunicación ha transformado significativamente la sociedad, ofreciendo múltiples beneficios, pero también presentando desafíos y riesgos considerables que deben ser abordados (Rojas-Díaz & Yepes-Londoño, 2022). A continuación, se presenta algunos de los principales riesgos asociados con el uso del internet:

Tabla 3
Riesgos del Internet

Riesgos del Internet	Descripción
Ciberadicciones	Los síntomas pueden incluir ansiedad, depresión, aislamiento social, y dificultades para mantener un equilibrio saludable entre el mundo digital y el real.
Delitos Informáticos	El internet facilita la comisión de delitos como el phishing (suplantación de identidad), ransomware (secuestro de información), y la sextorsión (chantaje mediante amenazas de difundir imágenes íntimas).

Mediatización de la Sexualidad	Prácticas como el sexting (envío de mensajes y fotos sexualmente explícitos) y la exposición a la pornografía en línea pueden derivar en situaciones de riesgo, especialmente para adolescentes y jóvenes.
---------------------------------------	--

Riesgos del Internet	Descripción
Uso Problemático de Internet	El uso excesivo y descontrolado del internet puede llevar a una serie de problemas, como la nomofobia (miedo a estar sin el teléfono móvil), el phubbing (ignorar a las personas cercanas al estar enfocado en el móvil), y el síndrome de FoMO (miedo a perderse algo).
Aplicaciones de Google	Google Workspace es una plataforma educativa digital que se ha consolidado como una herramienta clave en la educación superior, especialmente en modelos de aprendizaje mixto (b-learning).

Nota: Riesgos del internet. Elaboración: Autor.

2.2. Principales Aplicaciones de Google Workspace

Google Workspace, antes conocido como G Suite, es un conjunto de herramientas de productividad y colaboración desarrolladas por Google para entornos empresariales y educativos. Este conjunto facilita la colaboración en tiempo real, permitiendo a equipos trabajar efectivamente desde cualquier ubicación.



Tabla 4
Aplicaciones de Google

Aplicación	Uso
Gmail	Gestor de correo electrónico que permite la comunicación entre varias personas.
Google Drive	Plataforma de almacenamiento en la nube que permite la creación, edición y colaboración en documentos, hojas de cálculo y presentaciones en tiempo real.
Aplicación	Uso
Google Classroom	Herramienta para la gestión de clases, que permite organizar tareas, distribuir materiales y comunicar calificaciones.
Google Meet	Servicio de videoconferencia utilizado para impartir clases en línea, tutorías y presentaciones de trabajos.
Google Documentos, Hojas de Cálculo y Presentaciones	Aplicaciones que permiten la creación y edición colaborativa de documentos, facilitando el trabajo en equipo y la organización de actividades académicas.
Google Calendar	Calendario virtual que organiza eventos, recordatorios y tareas.
Google Forms	Herramienta de diseño y administración de encuestas y evaluaciones en línea.

Nota: Aplicaciones de Google. Elaboración: Autor.

2.3. Beneficios de Google Workspace

Google Workspace, facilita el trabajo en equipo al permitir la edición simultánea de documentos, además la accesibilidad y almacenamiento en la nube, permite a los



usuarios que pueden acceder a sus archivos desde cualquier dispositivo con conexión a internet, las diferentes aplicaciones se integran en este espacio para ofrecer una experiencia fluida, mejorando la eficiencia en la gestión de tareas y comunicación.



3. Google Drive

Figura 1

Logo Google Drive



Nota. Logotipo de Google Drive. Elaborado: (www.logodownload.org/google-drive-logo/)

Es una herramienta digital que permite el almacenamiento, edición y colaboración en documentos en línea, siendo particularmente útil en entornos educativos y de trabajo colaborativo. En el contexto universitario, Google Drive ha demostrado ser una plataforma eficaz para facilitar el trabajo en equipo, permitiendo a los estudiantes superar barreras de tiempo y espacio al trabajar en proyectos comunes desde ubicaciones diferentes (Romero et al., 2021).

3.1. Características de Google Drive

Google Drive ofrece almacenamiento en la nube, permitiendo a los usuarios guardar y acceder a documentos, hojas de cálculo, presentaciones y otros archivos de manera segura desde cualquier dispositivo con conexión a internet. Facilita la colaboración en tiempo real, ya que permite compartir documentos con otros usuarios, otorgar permisos de visualización o edición y permitiendo que múltiples usuarios trabajen simultáneamente en un mismo documento, además que observen los cambios al instante. Además, Drive se integra perfectamente con otras aplicaciones de Google como Docs, Sheets, Slides, y Forms, mejorando la creación y edición de contenido de manera eficiente y fluida (Sepúlveda, 2016).



4. Google Docs

Figura 2
Logo Google Docs



Nota. Logotipo de Google Docs. Elaborado: (www.logodownload.org/google-docs-logo/)

Google Docs es una herramienta integral de Google Workspace que se destaca por su capacidad para facilitar la colaboración y la edición de documentos en tiempo real. Esta herramienta se ha convertido en una pieza clave en entornos educativos, especialmente en la realización de investigaciones y trabajos colaborativos (Peralta et al., 2022).

4.1. Características de Google Docs

Google Docs potencia la edición y colaboración en tiempo real permitiendo que múltiples usuarios editen documentos simultáneamente y vean los cambios instantáneamente, lo cual es esencial para colaborar en proyectos de investigación y tareas grupales. Siendo una aplicación basada en la nube, Google Docs ofrece accesibilidad universal desde cualquier dispositivo con conexión a internet, superando las barreras físicas y facilitando la colaboración a distancia.

Todos los documentos se almacenan automáticamente en Google Drive, asegurando un almacenamiento seguro y un acceso fácil a todos los archivos asociados.



Además, la funcionalidad de comentarios en Google Docs mejora la retroalimentación entre todos los usuarios, permitiendo discusiones constructivas y enriquecedoras directamente en el documento. Google Docs es ampliamente utilizado para escribir y formatear trabajos de investigación, permitiendo a los estudiantes y profesores revisar y editar simultáneamente, lo cual optimiza el proceso de revisión y mejora la calidad del trabajo final. Facilita la división de tareas y la consolidación de contribuciones individuales en un único documento.

Los estudiantes pueden crear y mantener un portafolio digital de su trabajo académico, facilitando la recopilación y presentación de sus mejores trabajos para evaluaciones o revisiones académicas. Al ser una plataforma colaborativa, fomenta una mayor interacción entre los participantes del proceso educativo. El uso regular de Google Docs ayuda a los estudiantes a desarrollar competencias digitales esenciales para el ámbito académico y profesional.

Además, se ha consolidado como una importante herramienta en la educación secundaria y superior, apoyando la metodología de indagación científica y facilitando la colaboración y comunicación efectiva entre estudiantes y educadores. Su uso continúa expandiéndose, ofreciendo nuevas posibilidades para el aprendizaje interactivo y la educación a distancia.

5. Google Trends

Figura 3

Logo Google Trends





Nota. Logotipo de Google Trends. Elaborado: (www.freelogovectors.net/google-trends-logo/)

Google Trends es una herramienta poderosa proporcionada por Google que permite a los usuarios explorar y analizar las tendencias de búsqueda en internet a lo largo del tiempo y en diferentes regiones geográficas. Esta herramienta es invaluable para investigadores, profesionales de marketing, y cualquier persona interesada en entender las dinámicas de interés público y comportamiento en la web (Orduña-Malea, 2019).

5.1. Características de Google Trends

Google Trends es una herramienta valiosa para analizar tendencias de búsqueda globales, permitiendo a los usuarios explorar la popularidad de términos específicos, realizar comparaciones y aplicar filtros geográficos y temporales. Con su capacidad para proporcionar datos en tiempo real, Google Trends ofrece insights cruciales sobre cambios dinámicos en intereses y comportamientos a nivel mundial.

Tabla 5

Funcionalidades Clave Google Trends

Función	Descripción
Análisis de Tendencias de Búsqueda	Google Trends muestra la popularidad de un término de búsqueda en un período de tiempo específico, lo cual permite a los usuarios ver cómo el interés en ciertos temas cambia a lo largo del tiempo.



Comparación de Términos

Los usuarios pueden comparar varios términos de búsqueda para ver cuál es más popular durante un período determinado, proporcionando una visión clara de las preferencias relativas del público.

Función

Descripción

Filtros Geográficos y Temporales

La herramienta permite filtrar los datos por ubicación geográfica y períodos de tiempo, ofreciendo una vista personalizada del interés en distintas áreas y momentos.

Datos en Tiempo Real

Google Trends también ofrece información sobre las tendencias de búsqueda en tiempo real, lo que es especialmente útil durante eventos en curso o emergencias.

Nota: Funcionalidades clave de Google Trends. Elaboración: Autor.

Google Trends es una herramienta valiosa que permite a profesionales de marketing y empresarios entender mejor las tendencias de consumo y adaptar sus estrategias de acuerdo con la demanda del mercado. Investigadores y académicos también aprovechan esta plataforma para recoger datos sobre la popularidad de diferentes temas y observar cómo cambia el interés público en ciertas áreas a lo largo del tiempo. Además, periodistas y analistas utilizan Google Trends para identificar temas de interés actual y desarrollar



contenidos que sean especialmente relevantes para su audiencia, ayudándoles a mantenerse al frente de las tendencias informativas y culturales.

5.2. Beneficios de Google Trends

Google Trends es una herramienta gratuita accesible a cualquier persona con conexión a internet, lo que facilita su uso por una amplia audiencia. Su interfaz intuitiva y fácil de navegar permite que incluso usuarios sin experiencia técnica puedan aprovechar sus funcionalidades eficazmente. Esta herramienta se ha consolidado como un recurso esencial en diversas disciplinas, ofreciendo insights valiosos sobre tendencias de búsqueda tanto globales como regionales. Gracias a su capacidad para proporcionar datos en tiempo real y realizar análisis comparativos, Google Trends es indispensable para profesionales y aficionados interesados en comprender y anticipar cambios en los intereses y comportamientos a nivel mundial.



AUTOEVALUACIÓN 1

Instrucciones:

Esta evaluación consta de preguntas abiertas diseñadas para explorar tu comprensión profunda sobre los fundamentos del internet, su evolución, y su impacto en diversas áreas como educación, marketing y tecnología. Redacta respuestas detalladas y bien fundamentadas para cada pregunta.

Pregunta 1. Describe cómo el desarrollo de Internet ha alterado las formas tradicionales de comunicación y colaboración. Utiliza ejemplos específicos para ilustrar los cambios.

Pregunta 2. Explica la importancia de la conmutación de paquetes en la evolución de Internet y cómo ha influido en las comunicaciones modernas.

Pregunta 3. Discute cómo la invención de la World Wide Web y los navegadores web han transformado el acceso y la utilización de Internet.

Pregunta 4. Evalúa cómo la proliferación de smartphones y redes sociales ha impactado el uso y la accesibilidad de Internet.

Pregunta 5. Analiza cómo las plataformas de comercio electrónico han cambiado las dinámicas tradicionales de compra y venta.

Pregunta 6. Explora el papel de Internet en la globalización de la educación y cómo ha facilitado nuevos métodos de aprendizaje.

Pregunta 7. Identifica y explica los riesgos asociados con el uso extendido de Internet, como la ciberseguridad y la privacidad de datos.

Pregunta 8. Considera las implicaciones éticas de las aplicaciones de Internet en el contexto del marketing digital.



Pregunta 9. Reflexiona sobre cómo la netiqueta y las normas de comportamiento en línea pueden influir en las interacciones profesionales y personales.

Pregunta 10. Explora cómo las herramientas y aplicaciones de Google Workspace pueden integrarse para mejorar la productividad y la colaboración en ambientes académicos y profesionales.



UNIDAD 2

TIPOS DE APLICACIONES DE INTERNET

Google Forms

Google Sheets

Google Sites

Herramientas e intenciones de búsqueda

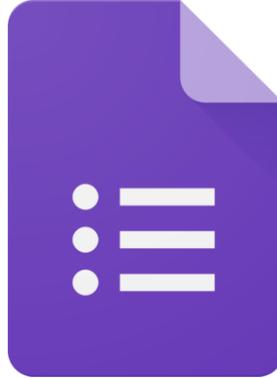
**Aplicaciones de video - Youtube Otras
aplicaciones web y móviles.**



6. Google Forms

Figura 4

Logo Google Forms



Nota. Logotipo de Google Forms. Elaborado: (www.freelogovectors.net/google-forms-logo/)

Google Forms es una herramienta versátil y fundamental dentro de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) para la elaboración de instrumentos de evaluación en el contexto educativo (Camusso & Jorge, 2021). Es una aplicación versátil y potente de Google, ideal para la creación de formularios en línea que permite recolectar información de manera eficiente y organizada. Además como menciona (Ortega-Sánchez, 2021) algunas de las características y beneficios de Google Forms son las siguientes.-

6.1. Características y Beneficios

Google Forms se utilizó ampliamente en el contexto educativo para realizar evaluaciones, encuestas de satisfacción y recopilación de información esencial para el seguimiento académico. La facilidad de distribución a través de enlaces permitió a los educadores alcanzar a los estudiantes de manera efectiva, manteniendo el proceso educativo activo y dinámico a pesar de las restricciones físicas.



Tabla 6

Características de Google Forms

Características	Definición
Accesibilidad y Facilidad de Uso	Es accesible desde cualquier dispositivo con conexión a internet. Su interfaz intuitiva facilita la creación de cuestionarios sin requerir habilidades técnicas avanzadas.
Integración con Google Drive	Los formularios y las respuestas se almacenan automáticamente en Google Drive, proporcionando un almacenamiento seguro y fácil acceso a los datos.
Variedad en Tipos de Preguntas	Permite la inclusión de diferentes tipos de preguntas, incluyendo opciones múltiples, respuestas cortas y escalas de Likert, adaptándose a diversas necesidades educativas.
Recopilación Instantánea de Datos	Facilita la recopilación y el análisis de datos en tiempo real, permitiendo a los educadores ajustar rápidamente sus métodos de enseñanza según las respuestas de los estudiantes.

Nota: Características de Google Forms. Elaboración: Autor.



7. Google Sheets

Figura 5

Logo Google Sheets



Nota. Logotipo de Google Sheets. Elaborado: (www.logodix.com/logos/93371)

Google Sheets, como lo menciona la (UNC, 2021) es una aplicación de hoja de cálculo en línea que forma parte de la suite de Google Workspace, diseñada para facilitar la creación, edición y colaboración en hojas de cálculo en tiempo real. A continuación, se detallan algunas de las características y funcionalidades clave que ofrece Google Sheets, según el manual provisto.

7.1. Características de Google Sheets

Google Sheets permite a los usuarios asignar nombres a sus hojas de cálculo y gestionar múltiples hojas dentro de un mismo documento, lo que facilita una organización efectiva. Además, ofrece opciones de formato avanzado, permitiendo aplicar estilos personalizados a texto, números y fórmulas, con control sobre el estilo, tamaño y color del texto, así como el formato numérico.



Tabla 7

Características de Google Sheets

Características	Definición
Creación de Documentos	Los usuarios pueden crear documentos directamente desde Google Drive, eligiendo Google Sheets como opción. Esto permite empezar con una hoja de cálculo en blanco o con plantillas prediseñadas.
Colaboración en Tiempo Real	Permite a varios usuarios trabajar en el mismo documento simultáneamente, viendo los cambios de los demás en tiempo real, lo que facilita la colaboración y el trabajo en equipo.
Accesibilidad	Se puede acceder desde cualquier dispositivo con conexión a internet, lo que permite trabajar desde cualquier lugar y momento sin necesidad de instalar software adicional.
Compatibilidad	Incluye herramientas inteligentes de edición y estilos, que permiten realizar cálculos complejos, crear gráficos dinámicos, utilizar fórmulas incorporadas y aplicar diversas opciones de formato automáticamente.
Funciones Avanzadas de Edición	

Nota: Características de Google Sheets. Elaboración: Autor.

La aplicación también soporta una amplia gama de fórmulas y funciones matemáticas y estadísticas compatibles con otras hojas de cálculo como Microsoft Excel.

Las herramientas de deshacer y rehacer permiten corregir errores fácilmente, y la función



de compartir y colaborar permite que los documentos sean compartidos con otros usuarios, especificando diferentes niveles de acceso y enviando invitaciones por correo electrónico directamente desde la hoja de cálculo.

La mejora de la productividad se ve impulsada por las funciones de automatización y las plantillas integradas, que permiten a los usuarios ahorrar tiempo en la configuración y el análisis de datos. Además, la interfaz intuitiva y las herramientas de ayuda incorporadas facilitan a los nuevos usuarios aprender rápidamente cómo utilizar la aplicación. Google también ofrece soporte continuo mediante actualizaciones regulares y mejoras en la plataforma, asegurando que las herramientas se mantengan actualizadas con las últimas tecnologías y requisitos de seguridad (Sepúlveda, 2016).

8. Google Sites

Figura 6

Logo Google Sites



Nota. Logotipo de Google Sites. Elaborado: (www.logodix.com/logos/54814)

Google Sites, ofrece una plataforma intuitiva y gratuita para la creación de sitios web personalizados. Sin requerir conocimientos avanzados de programación, esta herramienta permite a usuarios de todos los niveles diseñar y publicar sus propios espacios en línea, para es una herramienta eficaz y accesible ofrecida por Google, que permite a los usuarios crear sitios web de manera fácil y gratuita. Su uso en el ámbito



educativo ofrece una plataforma para la creación de wikis y otras formas de colaboración educativa. Esta herramienta informática simplifica la creación de tareas y proyectos, facilitando la colaboración entre estudiantes y profesores en un entorno similar a Wikipedia, pero con más control sobre el contenido y la colaboración (Tolosa Bailén & García Bernabeu, 2011).

8.1. Características de Google Sites

Google Sites una herramienta intuitiva diseñada para facilitar la creación y gestión de sitios web sin necesidad de conocimientos de programación.

Tabla 8

Características de Google Sites

Características	Definición
Sencillez de Uso	Google Sites tiene un diseño intuitivo que permite a los usuarios sin conocimientos previos de programación crear y gestionar sitios web fácilmente.
Colaboración	Permite que múltiples usuarios trabajen en el mismo proyecto, facilitando el trabajo en grupo. Los profesores pueden asignar tareas individuales o grupales y realizar seguimientos del progreso, no solo del resultado final.
Flexibilidad de Contenidos	Los usuarios pueden incorporar una variedad de materiales audiovisuales y textuales, lo que lo hace un recurso dinámico para la enseñanza y el aprendizaje.

Acceso y Gestión del Control	Google Sites permite controlar quién puede ver o editar el contenido, proporcionando diferentes niveles de acceso y privacidad
-------------------------------------	--

Nota: Características de Google Sites. Elaboración: Autor.

8.2. Aplicaciones de Google Sites

El siguiente cuadro presenta las aplicaciones clave de Google Sites en un entorno educativo.

Tabla 9

Aplicaciones de Google Sites

Aplicaciones	Descripción
Gestión de Proyectos de Aprendizaje	Ideal para la asignación y seguimiento de proyectos educativos, donde los estudiantes pueden contribuir activamente y los profesores pueden monitorear y evaluar el desarrollo en tiempo real.
Portafolios Estudiantiles	Los estudiantes pueden usar Google Sites para crear portafolios digitales que muestren su trabajo y progreso a lo largo del tiempo.
Wikis Colaborativos	Facilita la creación de wikis donde los estudiantes pueden colaborar en la creación de contenido, similar a cómo se contribuye en Wikipedia.

Nota: Aplicaciones de Google Sites. Elaboración: Autor.



8.3. *Ventajas de Google Sites*

Al permitir la colaboración en tiempo real, Google Sites fomenta habilidades críticas como la comunicación efectiva y el trabajo en equipo. Utilizar esta herramienta ayuda a los estudiantes a desarrollar competencias digitales esenciales en el entorno educativo moderno. Los contenidos creados pueden servir como material educativo para futuros cursos, creando un recurso sostenible y enriquecedor para la comunidad educativa. Su capacidad para integrar diferentes tipos de medios, junto con su facilidad de uso y accesibilidad, lo convierte en una herramienta valiosa para educadores y estudiantes por igual.

9. **Herramientas e Intenciones de Búsqueda**

9.1. *Intención de Búsqueda*

En el ámbito de la recuperación de información en la web, especialmente a través de motores de búsqueda como Google, es crucial comprender las intenciones de búsqueda de los usuarios. Estas intenciones se clasifican en tres categorías principales, que ayudan a determinar qué esperan encontrar los usuarios al realizar una búsqueda específica (Sanchez-Cuadrado & Morato, 2023).

9.2. *Tipos de Intención de Búsqueda*

La comprensión de la intención detrás de las búsquedas en línea es crucial para optimizar la experiencia del usuario en la web y mejorar la eficacia de los motores de búsqueda. Existen principalmente tres tipos de intenciones de búsqueda que definen cómo y por qué los usuarios interactúan con los motores de búsqueda: intención navegacional, intención transaccional e intención informacional.

Tabla 10

Tipos de Intención de Búsqueda



Tipo de Intención de Búsqueda	Concepto	Ejemplo
Intención Navegacional	Se refiere a las búsquedas realizadas con el objetivo de navegar directamente a un sitio web específico o a una página en particular. Los usuarios ya tienen un destino en mente y utilizan el motor de búsqueda para llegar allí.	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciar sesión en Gmail • YouTube página principal • Twitter de Elon Musk

Tipo de Intención de Búsqueda	Concepto	Ejemplo
Intención Transaccional	Incluye las búsquedas realizadas con la intención de realizar una acción o transacción, como comprar un producto, descargar un software, o realizar una reserva. Los usuarios tienen la intención de completar una actividad específica, y buscan el mejor sitio web o página para hacerlo.	<ul style="list-style-type: none"> • Reservar vuelo a Nueva York • Comprar zapatos Nike Air Max • Suscripción a Netflix
Intención Informacional	Este tipo de búsqueda es realizado por usuarios que buscan información específica sin necesariamente tener la intención de realizar una acción inmediata. Estas búsquedas pueden incluir preguntas o la búsqueda de información detallada sobre un tema	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo funciona la fotosíntesis? • Historia del Renacimiento • Mejores técnicas de estudio

Nota: Tipos de intención de búsqueda. Elaboración: Autor.

Estos tipos de intenciones ayudan a los motores de búsqueda a optimizar sus algoritmos y presentar los resultados más relevantes basados en el propósito subyacente de la búsqueda del usuario.

9.3. Herramientas de Búsqueda

9.4. Google Search Console (GSC)

GSC es una herramienta gratuita de Google que ayuda a los propietarios de sitios web a monitorear, mantener y optimizar su presencia en los resultados de búsqueda de Google. El principal objetivo de Google Search Console es ayudar a mejorar el rendimiento de búsqueda del sitio web, proporcionando datos sobre cómo Google ve el sitio web.

Tabla 11

Funcionalidades de GSC

Funcionalidades	Descripción
Alertas y Errores	GSC es valiosa por su capacidad para enviar alertas sobre problemas que pueden afectar el rendimiento de un sitio web, como errores de rastreo, problemas de seguridad, y mucho más.
Análisis de Búsqueda	Ofrece análisis detallados sobre el rendimiento de búsqueda, incluyendo qué palabras clave llevan a los usuarios al sitio, cuántos clics recibe cada palabra clave, desde qué países provienen los visitantes, qué dispositivos utilizan, y cuántas impresiones genera el sitio.



Información Detallada

Proporciona datos sobre las palabras clave que son efectivas en atraer visitantes, la frecuencia con la que el sitio aparece en los resultados de búsqueda (impresiones), y la tasa de clics (CTR).

Optimización de Páginas

Además, ayuda a los webmasters a comprender cómo optimizar sus páginas para los resultados de búsqueda, mejorando la visibilidad y el rendimiento en Google.

Nota: Funcionalidades de Google Search Console. Elaboración: Autor.

Google Search Console es, por tanto, una herramienta esencial para los administradores de sitios web que buscan mejorar la visibilidad y el rendimiento de sus sitios en Google, proporcionando datos esenciales y herramientas de diagnóstico para optimizar eficazmente su sitio para los motores de búsqueda.

9.5. Answer The Public

Answer the Public, es una herramienta digital que facilita la búsqueda de palabras clave, crucial para desarrollar estrategias de posicionamiento web eficaces. Ofrece una visión amplia sobre las preguntas, búsquedas y términos relacionados que los usuarios introducen en los buscadores. Este recurso es especialmente valioso para entender las necesidades informativas del público objetivo y ajustar el contenido de un sitio web para mejorar su relevancia y visibilidad online (Robles, 2021).

La herramienta proporciona un análisis detallado de las palabras clave a través de varias categorías:

Tabla 12

Categorías de Answer The Public

Categorías	Concepto
-------------------	-----------------



Preguntas	Muestra las preguntas más comunes formuladas por los usuarios relacionadas con una palabra clave específica.
Preposiciones	Explora combinaciones del término principal con preposiciones, ofreciendo variaciones que pueden ser útiles para el contenido.
Comparaciones	Identifica comparaciones comunes que incluyen el término de búsqueda, como "versus", "como", o "y".
Orden Alfabético	Organiza las sugerencias por letra, revelando posibles keywords long tail para cada letra del abecedario.

Nota: Categorías de Answer The Public. Elaboración: Autor.

Answer the Public ofrece múltiples ventajas para la creación y optimización de contenido web. Esta herramienta no solo facilita la generación de ideas al identificar temas relevantes que captan el interés de la audiencia, ayudando a superar bloqueos creativos, sino que también enriquece la amplitud semántica de los contenidos. Esto último permite evitar la saturación de palabras clave, mejorando significativamente la experiencia del usuario. Además, proporciona un amplio listado de keywords long tail, que son términos específicos menos competitivos y, por ende, más fáciles de posicionar en los motores de búsqueda. Por último, Answer the Public permite mejorar el CTR (tasa de clics) al utilizar títulos que coinciden exactamente con las consultas de búsqueda de los usuarios, aumentando así la visibilidad y efectividad del contenido en los resultados de búsqueda.



9.6. *UberSuggest*

Ubersuggest, es una herramienta integral de SEO diseñada para facilitar a los usuarios la investigación y análisis de palabras clave, lo que es crucial para optimizar el rendimiento de un sitio web en los motores de búsqueda, permite a los usuarios introducir una palabra clave o un dominio para obtener un análisis exhaustivo de términos relacionados. Este análisis incluye información sobre el volumen de búsqueda mensual de las palabras clave, la dificultad de posicionamiento (indicada como SD, o "Search Difficulty"), y la intención de búsqueda detrás de cada palabra clave (Fernández, 2023).

La herramienta proporciona detalles sobre cómo las palabras clave están siendo utilizadas por la competencia, permitiendo a los usuarios entender mejor el panorama competitivo y encontrar brechas en el mercado o áreas de oportunidad. Además de las palabras clave más comunes, también sugiere términos long tail, que son menos competitivos y más específicos, facilitando a menudo un posicionamiento más rápido y efectivo. Ofrece estimaciones sobre el tráfico potencial que una palabra clave puede generar, así como el costo por clic (CPC) en la publicidad de pago por clic (PPC), lo que ayuda a planificar campañas de publicidad más efectivas.

Ubersuggest genera informes que pueden ayudar a los usuarios a seguir las tendencias a lo largo del tiempo, identificar temporadas altas para ciertas búsquedas y ajustar sus estrategias de contenido y marketing digital según estas tendencias. Se destaca por su interfaz intuitiva, facilitando su uso incluso para quienes son nuevos en el SEO, lo que la hace accesible a un amplio rango de usuarios. Ofrece una versión Pro de pago con funcionalidades avanzadas, pero su versión gratuita ya provee suficientes datos para que pequeñas empresas y bloggers puedan optimizar eficazmente su SEO. Además, proporciona insights prácticos y accionables que benefician tanto el SEO como la



creación de contenido, ayudando a los usuarios a desarrollar artículos que verdaderamente resuenen con las necesidades y preguntas de su audiencia.

9.7. Surfer SEO

Surfer SEO, es una herramienta avanzada diseñada para optimizar el SEO on-page, utilizando análisis detallados basados en datos actuales de los resultados de búsqueda de Google. Esta plataforma se ha ganado un lugar destacado en el mercado de SEO gracias a su enfoque práctico y basado en datos, lo que permite a los usuarios implementar estrategias de SEO efectivas y fundamentadas (Cardozo, 2021).

Tabla 13

Características Principales de Surfer SEO

Características	Función
SERP Analyzer	Permite a los usuarios introducir una palabra clave específica y obtener un análisis exhaustivo de cómo los contenidos para esa palabra clave están posicionándose en las SERP de Google. Proporciona datos como el número de palabras recomendadas para los artículos y compara tu

Content Editor

contenido con el de los competidores para sugerir optimizaciones.

Funciona como un procesador de textos para SEO que guía a los usuarios en la creación de contenido optimizado. Analiza palabras clave principales y secundarias, sugiere la frecuencia con la que deben aparecer en el texto, y proporciona recomendaciones para mejorar la estructura del contenido, incluyendo el uso de etiquetas apropiadas, imágenes, y meta etiquetas.

Keyword Research Tool

Aunque no es tan robusta como en otras plataformas dedicadas exclusivamente a la investigación de palabras clave, esta funcionalidad ayuda a identificar términos relevantes que pueden ser aprovechados para atraer más tráfico. Proporciona ideas de palabras clave basadas en las SERP y sugiere variaciones y preguntas que los usuarios están formulando en torno al tema principal.

Características

Función

Keyword Surfer

Es una extensión gratuita para Chrome que muestra el volumen de búsqueda y datos relacionados directamente en los resultados de Google. Esto permite a los usuarios realizar investigaciones rápidas de palabras clave sin salir de la página de resultados.



Nota: Características principales de Surfer SEO. Elaboración: Autor.

Destaca por sus múltiples ventajas, comenzando con su base en datos reales de rendimiento en las SERP, lo que hace que sus recomendaciones sean altamente aplicables y efectivas. Cada análisis y sugerencia que proporciona está diseñada para ser directamente implementable, permitiendo a los usuarios trasladar rápidamente la teoría a la práctica. Además, la herramienta se actualiza de manera continua para adaptarse a los cambios en los algoritmos de Google, asegurando que las estrategias de SEO sigan siendo relevantes y efectivas. Por último, Surfer SEO ofrece una interfaz intuitiva que facilita su uso a usuarios de todos los niveles, desde principiantes hasta expertos en SEO, haciendo de esta plataforma una herramienta accesible y poderosa para optimizar la presencia en línea.

10. Aplicaciones de video - Youtube Otras Aplicaciones Web y Móviles

10.1. Youtube

YouTube, se ha consolidado como una de las plataformas más influyentes y revolucionarias del siglo XXI en términos de comunicación, entretenimiento y educación. Desde su creación en 2005, ha transformado radicalmente la manera en que se crea y consume contenido audiovisual a nivel global. Inicialmente, YouTube empezó como una simple plataforma de compartimiento de videos donde los usuarios podían subir clips de momentos casuales o eventos personales. Sin embargo, con el tiempo, evolucionó para convertirse en un gran repositorio de contenido que abarca desde tutoriales educativos hasta series completas y películas, incluyendo también una plataforma vital para estrategias de marketing y comunicación de empresas y marcas (Torres-Toukoumidis & De Santis-Piras, 2020).



El impacto de YouTube en la sociedad es multifacético. Culturalmente, ha permitido que personas de todo el mundo compartan sus costumbres y tradiciones, fomentando un entendimiento y aprecio intercultural sin precedentes. Socialmente, ha dado voz a comunidades y grupos que tradicionalmente no tenían fácil acceso a medios de comunicación masivos, permitiendo la difusión de ideas y movimientos sociales a una escala global, también se ha convertido en una plataforma para carreras creativas, donde individuos pueden construir su marca personal y negocios enteros a través de sus canales. YouTubers, como se conoce a los creadores de contenido en la plataforma, pueden generar ingresos significativos mediante publicidad, patrocinios, y la venta de mercancía oficial, lo que ha resultado en una nueva economía creativa que no existía antes de la era digital.

En el ámbito educativo, YouTube ha revolucionado la forma en que se aprende y enseña. Educadores y expertos de diversas disciplinas utilizan YouTube para compartir su conocimiento, ofreciendo lecciones gratuitas y recursos educativos a estudiantes de todo el mundo. Esto ha democratizado la educación, proporcionando acceso a una educación de calidad a cualquier persona con acceso a internet, sin embargo, YouTube también enfrenta desafíos y controversias, como la gestión de contenido inapropiado o dañino, derechos de autor, y la propagación de desinformación. La plataforma continúa evolucionando sus políticas y algoritmos para abordar estas cuestiones, lo que a veces resulta en tensiones con los creadores y los usuarios.

10.2. *Adobe Creative Cloud*

Adobe Creative Cloud es un conjunto de aplicaciones y servicios de Adobe Systems que ofrece a los usuarios acceso a una colección de software para diseño gráfico, edición de video, diseño web, y fotografía, junto con un conjunto de aplicaciones móviles



y servicios en la nube. Algunas de las aplicaciones más conocidas incluyen Photoshop para la edición de imágenes, Illustrator para gráficos vectoriales, Premiere Pro para edición de video, y After Effects para efectos visuales y gráficos en movimiento. Este servicio permite a los creativos acceder a las últimas actualizaciones y lanzamientos, colaborar en proyectos y almacenar archivos en la nube (Ruíz et al., 2022).

10.3. Camtasia

Camtasia es un software de TechSmith utilizado principalmente para crear video tutoriales y presentaciones a través de screencast, o grabaciones de la actividad en pantalla del ordenador. Ofrece herramientas potentes para editar el audio y el video capturado, permitiendo a los usuarios integrar fácilmente texto, transiciones y efectos. Camtasia es especialmente valorado por su interfaz intuitiva y las funcionalidades de arrastrar y soltar, lo que lo hace accesible para usuarios sin experiencia previa en edición de video (Alcaraz, 2022).

10.4. Canva

Canva es una herramienta de diseño gráfico basada en la web, conocida por su simplicidad y su amplia gama de plantillas que facilitan la creación de diseños atractivos sin necesidad de experiencia previa en diseño gráfico. Los usuarios pueden crear todo, desde publicaciones en redes sociales y presentaciones hasta carteles y documentos, Canva también ofrece funcionalidades de colaboración, permitiendo a los equipos trabajar juntos en proyectos y compartir diseños fácilmente (Romero Pérez, 2020).

10.5. CapCut

Es una aplicación móvil de edición de video desarrollada por Bytedance, los creadores de TikTok. Esta aplicación está diseñada para ser fácil de usar, permitiendo a los usuarios cortar, invertir y modificar la velocidad de los videos, añadir música, y



aplicar efectos de filtros. Es muy popular entre los creadores de contenido joven por su integración con TikTok y otras plataformas de redes sociales (Arrung, 2024).

10.6. *InShot*

Es una potente aplicación de edición de fotos y videos diseñada para mejorar la presentación de los videos antes de subirlos a Instagram, YouTube, Facebook y otras plataformas de redes sociales. Ofrece características como recortar, añadir música y efectos de sonido, y ajustar la velocidad del video. También incluye herramientas para editar fotos, permitiendo a los usuarios mejorar sus imágenes con filtros y marcos (Garcia-Reyes, 2021).

10.7. *Lightroom (Adobe Photoshop Lightroom)*

Adobe Photoshop Lightroom es un software de edición de fotos diseñado para fotógrafos profesionales y aficionados, que ofrece poderosas herramientas de edición en un interfaz fácil de usar. Permite a los usuarios organizar y editar sus fotos y sincronizar las modificaciones a través de todos sus dispositivos. Lightroom se utiliza principalmente para el manejo de grandes cantidades de fotografías, ajustando la exposición, color, tonos, y otros elementos de las fotos de manera masiva o individual.

Estas herramientas están diseñadas para facilitar la creación de contenido digital, ya sea para uso personal, educativo o profesional, ayudando a los usuarios a mejorar su presencia online y a profesionalizar la calidad de sus publicaciones digitales (Ruíz et al., 2022).





**INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO QUITO**
Formamos tu PROPÓSITO DE VIDA

De Quito, somos EL Quito



(+593) 96 356 1961



admisiones@itq.edu.ec



Antonio de Ulloa N28-30
y Diego de Atienza (Esq).



WWW.ITQ.EDU.EC

AUTOEVALUACIÓN 2

Instrucciones:

Esta evaluación consiste en preguntas abiertas que exploran tu comprensión sobre diversas aplicaciones de internet presentadas en la Unidad 2. Deberás responder detalladamente, explicando cómo funcionan estas aplicaciones y cuál es su impacto en diversos contextos como la educación y el trabajo colaborativo.

Pregunta 1. ¿Cómo contribuye Google Forms a la eficiencia en la recopilación de datos? Explique sus características principales y cómo facilitan este proceso.

Pregunta 2. Describa las funcionalidades clave de Google Sheets y explique cómo su capacidad para la colaboración en tiempo real puede ser utilizada en proyectos de equipo en el ámbito educativo o profesional.

Pregunta 3. Explique cómo Google Sites puede ser utilizado para facilitar la gestión de proyectos educativos y qué ventajas ofrece para la colaboración en línea.

Pregunta 4. Discuta cómo las intenciones de búsqueda afectan la optimización de motores de búsqueda y cómo herramientas como Google Search Console pueden ayudar a mejorar la visibilidad de un sitio web.

Pregunta 5. Explique cómo Answer the Public puede ser utilizado para mejorar las estrategias de contenido y posicionamiento web de una organización.

Pregunta 6. Describa las principales funcionalidades de Ubersuggest y cómo puede ayudar a mejorar el SEO de un sitio web.

Pregunta 7. Explique cómo Surfer SEO optimiza el SEO on-page y discuta algunos de los beneficios clave de utilizar esta herramienta para el análisis de contenido.



Pregunta 8. Discuta el impacto de YouTube como plataforma de comunicación y entretenimiento, y cómo ha transformado la forma en que se crea y consume contenido digital.

Pregunta 9. Describa cómo herramientas como Canva y Adobe Creative Cloud han cambiado el diseño gráfico y la creación de contenido digital, y cómo pueden ser utilizadas efectivamente en marketing digital.

Pregunta 10. Explique la importancia de la personalización de contenido en el marketing digital y cómo herramientas como el aprendizaje automático y la inteligencia artificial están siendo utilizadas para mejorar la experiencia del usuario.



UNIDAD 3

ELABORACIÓN DE PRODUCTOS CON APLICACIONES DE INTERNET

Aplicaciones de inteligencia artificial

**Introducción a la inteligencia artificial en
marketing**

Personalización de contenido

Automatización de respuestas

Analítica de marketing simplificada



11. Aplicaciones de inteligencia artificial

11.1. *Inteligencia Artificial*

La Inteligencia Artificial (IA), abarca la creación de sistemas informáticos que replican funciones cognitivas humanas tales como aprender, razonar y resolver problemas. Desde los primeros días de Ada Lovelace, quien anticipó la capacidad de las máquinas para realizar tareas más allá de los cálculos, hasta la consolidación del término en la conferencia de Dartmouth en 1956, la IA ha evolucionado de ser un concepto pionero a una fuerza transformadora en múltiples sectores (Abeliuk & Gutiérrez, 2021).

11.2. *Desafíos Actuales y Éticos*

Los algoritmos pueden perpetuar sesgos raciales, de género o económicos presentes en los datos de entrenamiento, lo que requiere un diseño cuidadoso y evaluación constante. Proteger la información personal se ha vuelto más crítico a medida que la IA se integra en más aspectos de la vida diaria.

La transición hacia la automatización, impulsada por la IA, plantea desafíos significativos para la fuerza laboral global, destacando la necesidad de políticas de reentrenamiento y educación continua. El futuro de la IA promete un mayor desarrollo e integración en todos los ámbitos de la vida humana. La regulación juega un papel crucial en equilibrar la innovación con la protección contra los riesgos potenciales. El desarrollo de un marco ético y regulatorio internacional ayudará a garantizar que la IA se desarrolle de manera que beneficie a todos los sectores de la sociedad.

La Inteligencia Artificial continúa redefiniendo los límites de lo posible, ofreciendo oportunidades sin precedentes para el progreso en prácticamente todos los campos del conocimiento y la actividad humana. Mientras navegamos por esta era de



transformación, es imperativo que todos los stakeholders colaboren para dirigir esta poderosa tecnología hacia resultados que aseguren un futuro equitativo y sustentable.

12. Introducción a la inteligencia artificial en marketing

La inteligencia artificial (IA), en marketing ha revolucionado la forma en que las empresas interactúan con los clientes y optimizan sus estrategias. El objetivo de integrar IA en el marketing es crear valor agregado y proporcionar experiencias nuevas y mejoradas para el consumidor, lo cual es crucial para obtener una ventaja competitiva en el mercado actual. Desde la adopción de sistemas para mejorar la toma de decisiones hasta el uso de tecnologías avanzadas para personalizar la experiencia del cliente, la IA está transformando radicalmente el panorama del marketing (Medina-Chicaiza & Martínez-Ortega, 2020).

Para la Inteligencia Artificial (IA) en marketing representa un cambio revolucionario en la manera en que las organizaciones interactúan con los consumidores y optimizan sus procesos de comunicación y operaciones. Hoy en día, la IA es una herramienta vital para adaptarse y prosperar en el contexto de la transformación digital 4.0, permitiendo a las empresas anticipar las necesidades de los clientes y ofrecer soluciones proactivas mediante análisis predictivo y personalización a través de técnicas de aprendizaje profundo y el uso de chatbots (Zúñiga et al., 2023).

12.1. Aplicación de la IA en Marketing

Utilizando análisis de datos y aprendizaje automático, la IA permite la creación de experiencias de usuario altamente personalizadas, adaptadas a las preferencias y comportamientos del consumidor. Los chatbots y asistentes virtuales mejoran la eficiencia en la atención al cliente, proporcionando respuestas inmediatas y reduciendo la carga de trabajo humana. La IA facilita la optimización de recursos y la reducción de



costos mediante la automatización de procesos y la mejora en la asignación de presupuestos publicitarios, herramientas de IA pueden analizar grandes volúmenes de datos para predecir tendencias de mercado y comportamientos de consumo, permitiendo a las empresas tomar decisiones más informadas y proactivas.

Algunos de los desafíos y consideraciones éticas en el uso de la IA en marketing, en cuanto a la privacidad de datos, la implementación de inteligencia artificial en estrategias de marketing implica el manejo de voluminosas cantidades de datos personales. Este manejo plantea significativas preocupaciones sobre la privacidad y la seguridad de los datos. Asegurar la protección de estos datos contra accesos no autorizados y usos indebidos es primordial para mantener la confianza del cliente y cumplir con regulaciones globales (Cuervo, 2021).

Mantener una alta transparencia sobre cómo las organizaciones utilizan la IA y ser responsables de las decisiones que esta tecnología automatiza son fundamentales para preservar la confianza de los consumidores. Las empresas deben ser claras sobre los criterios y procesos algorítmicos que guían sus herramientas de IA, permitiendo a los clientes entender y, si es necesario, cuestionar o optar por no participar en determinadas iniciativas de datos.

La integración de la inteligencia artificial ha revolucionado la industria del marketing, permitiendo adoptar enfoques más ágiles y fundamentados en análisis de datos profundos. Las empresas que emplean la IA pueden anticipar y responder con mayor rapidez a las tendencias del mercado y las preferencias de los consumidores, otorgándoles una ventaja competitiva destacada. No obstante, esto también requiere una inversión continua en actualizaciones tecnológicas y en la capacitación de los equipos de marketing para manejar eficazmente las nuevas herramientas y metodologías que la IA trae consigo.



13. Personalización de contenido

La personalización de contenidos es una técnica avanzada en marketing digital que permite a las empresas adaptar sus mensajes y experiencias a las preferencias individuales y comportamientos de sus clientes. Utilizando herramientas como la inteligencia artificial (IA) y el aprendizaje automático, las empresas analizan grandes volúmenes de datos para crear perfiles de usuario detallados y personalizar el contenido de manera efectiva y en tiempo real (Palomo, 2024).

13.1. Aplicaciones Estratégicas de la Personalización de Contenidos

El siguiente cuadro explora diversas estrategias de personalización que optimizan la experiencia del usuario y la eficacia del marketing digital.

Tabla 14

Aplicaciones Estratégicas de la Personalización de Contenidos

Estrategias	Definición
Recomendaciones Personalizadas	Herramientas como las que utilizan Amazon y Netflix personalizan las sugerencias de productos y contenidos basándose en el comportamiento pasado del usuario, mejorando la relevancia y la experiencia del usuario.
Publicidad Dirigida	La personalización maximiza la eficacia de las campañas publicitarias al dirigirse específicamente a segmentos de audiencia basados en su comportamiento en línea, garantizando que los

mensajes sean especialmente pertinentes para cada usuario.

Nota: Aplicaciones estratégicas de personalización de contenidos.

Elaboración: Autor.

Estrategias	Definición
Email Marketing Personalizado	Adaptar los correos electrónicos a las interacciones y preferencias pasadas del usuario optimiza las respuestas a campañas de email, elevando las tasas de apertura y conversión.
Experiencias de Usuario Personalizadas en Sitios Web	Al modificar dinámicamente el contenido que se muestra en un sitio web según los intereses y la demografía del usuario, las empresas pueden mejorar significativamente el engagement y la satisfacción del cliente.

Nota: Aplicaciones estratégicas de personalización de contenidos.

Elaboración: Autor.

La personalización de contenidos, potenciada por algoritmos de aprendizaje automático, permite a las plataformas adaptar recomendaciones, contenidos y publicidad específicamente a los intereses y comportamientos del usuario. Esta capacidad de ofrecer una experiencia altamente personalizada no solo mejora la satisfacción del cliente, sino



que también fomenta una mayor lealtad hacia la marca, ya que los usuarios sienten que sus preferencias son reconocidas y valoradas (Pedrero & Escoda, 2021).

La personalización transforma las estrategias de marketing al hacerlas más eficientes. Al orientar las campañas directamente a las necesidades y deseos individuales, las empresas pueden evitar el derroche de recursos y, en cambio, invertir en enfoques que tienen un alto potencial de conversión. Este enfoque dirigido no solo ahorra costos, sino que también maximiza el retorno de inversión, haciendo que cada interacción sea más efectiva y relevante.

Los avances tecnológicos han habilitado a dispositivos como asistentes de voz y plataformas inteligentes para interactuar con los usuarios de una manera más natural y eficaz. Estos sistemas utilizan análisis de grandes volúmenes de datos y reconocimiento de patrones de comportamiento para anticipar las necesidades de los usuarios y responder a ellas de manera intuitiva, creando una interacción fluida y agradable.

14. Automatización de respuestas

Es una estrategia clave en el marketing de contenidos que permite a las empresas interactuar eficientemente con los consumidores mediante el uso de tecnología avanzada. Este enfoque se centra en mejorar la interacción con los clientes y optimizar los procesos de compra y servicio al cliente, la automatización de respuestas en el marketing implica el uso de tecnologías avanzadas para gestionar y responder a las interacciones de los clientes de manera eficiente y efectiva. Este enfoque se basa en la integración de sistemas de Customer Relationship Management (CRM) y herramientas de automatización de marketing que ayudan a las empresas a personalizar la comunicación y mejorar las experiencias del cliente sin intervención humana constante (Chiliquinga, 2021).



La automatización de respuestas ofrece numerosos beneficios que mejoran significativamente la eficiencia operativa de las empresas, permitiendo manejar grandes volúmenes de interacciones de clientes simultáneamente y reduciendo la dependencia del manejo manual. Esta tecnología no solo mejora la capacidad de respuesta, sino que también facilita la personalización de comunicaciones, asegurando que las interacciones con los clientes sean relevantes y oportunas, lo que aumenta la satisfacción y fidelización (Ovejero, 2023).

Además, la escalabilidad que proporciona la automatización es crucial para manejar aumentos en la demanda sin la necesidad de incrementar proporcionalmente los recursos humanos, permitiendo a las empresas crecer y expandirse eficientemente. La integración y análisis de datos a través de estos sistemas también ofrece una visión completa y unificada del comportamiento del cliente, mejorando la precisión y efectividad de las respuestas y permitiendo una mejora continua en las estrategias de servicio y marketing.

Los desafíos asociados con la automatización de respuestas incluyen limitaciones en la personalización profunda, ya que, aunque se puede alcanzar una personalización básica, capturar las sutilezas y complejidades completas de las interacciones humanas puede ser difícil. Además, la efectividad de la automatización depende críticamente de la calidad y el alcance de los datos del cliente disponibles; datos insuficientes o de baja calidad pueden limitar significativamente la capacidad de ofrecer respuestas precisas y relevantes.

Otro desafío importante es la percepción de la interacción por parte del cliente; la falta de un elemento humano tangible puede afectar negativamente la percepción de la marca, especialmente si los clientes valoran el contacto personal. Estos desafíos requieren



que las empresas implementen estrategias cuidadosas para equilibrar la tecnología y la interacción humana, asegurando que la automatización complemente eficazmente el servicio al cliente sin reemplazar completamente el toque humano.

15. **Analítica de marketing simplificada**

La analítica de marketing simplificada, es una herramienta crucial para las empresas modernas, permitiendo a los profesionales de marketing evaluar el rendimiento de sus estrategias y campañas de manera efectiva y eficiente (Morales, 2021). Además, permite a las empresas comprender y optimizar sus estrategias de marketing mediante el uso eficiente de datos. Aquí se exploran los tipos, métricas y beneficios asociados con esta herramienta esencial en el marketing digital (López Fernández, 2019).

15.1. *Tipos de Analítica de Marketing*

El siguiente cuadro desglosa las diferentes dimensiones de la analítica en marketing, cada una con su propio enfoque y propósito.

Tipos de Analítica	Definición
Analítica Descriptiva	Se centra en describir eventos pasados y entender qué ha sucedido en las campañas de marketing anteriores mediante el análisis de datos históricos.
Analítica Diagnóstica	Profundiza en las causas detrás de los resultados observados, ayudando a identificar por qué ocurrieron ciertos eventos o resultados.
Analítica Predictiva	Utiliza modelos estadísticos y de machine learning para predecir tendencias futuras

basadas en datos pasados, facilitando la toma de decisiones proactivas.

Analítica Prescriptiva

Va un paso más allá al recomendar acciones específicas basadas en los análisis predictivos y diagnósticos, optimizando las estrategias de marketing hacia resultados más efectivos.

Nota: Tipos de analítica de marketing. Elaboración: Autor.

15.2. Métricas Claves

Algunas de las métricas claves más utilizadas en marketing son las siguientes:

Ecuación 1

Tasa de Conversión

Mide el porcentaje de usuarios que completan una acción deseada.

$$CR = \left(\frac{\text{Número de conversiones}}{\text{Número total de visitantes}} \right) \times 100$$

Ecuación 2

Costo por Adquisición (CPA)

Costo promedio para adquirir un cliente.

$$CPA = \left(\frac{\text{Costo total de la campaña}}{\text{Número de conversiones}} \right)$$

Retorno sobre Inversión (ROI)

Ecuación 3

Retorno sobre Inversión (ROI)

Beneficio obtenido en relación con el costo de la inversión en marketing.



$$ROI = \left(\frac{\text{Ganancia neta de la inversión} - \text{Costo de la inversión}}{\text{Costo de la inversión}} \right) \times 100$$

Ecuación 4

Valor del Tiempo de Vida del Cliente (CLTV)

Ingresos esperados que un cliente generará durante su relación con la empresa.

$$CR = (\text{Valor de promedio de compra} \times \text{Número promedio de compras al año} \\ \times \text{Duración promedio de la relación en años})$$

La analítica de marketing simplificada ofrece numerosos beneficios que son fundamentales para la eficacia de las estrategias comerciales modernas. Proporciona datos precisos y oportunos que mejoran significativamente la toma de decisiones, permitiendo a las empresas basar sus estrategias en evidencia real y concreta. Además, optimiza el uso de recursos al permitir una asignación más eficiente de presupuestos, maximizando así el impacto de las campañas de marketing.

El análisis de indicadores también incrementa la eficiencia de las campañas mediante la personalización y segmentación detallada, haciendo que las iniciativas de marketing sean más relevantes y efectivas. Facilita una comprensión profunda del comportamiento y preferencias del cliente, lo que mejora la precisión en el targeting. Además, la capacidad de la analítica en tiempo real para proporcionar respuestas rápidas a las dinámicas cambiantes del mercado es invaluable. Implementar la analítica de marketing no solo es crucial para comprender el impacto de las acciones de marketing actuales, sino que también es esencial para la planificación y mejora continua de las estrategias futuras, asegurando que las empresas permanezcan competitivas y alineadas con las necesidades y expectativas de sus clientes.



AUTOEVALUACIÓN 3

Instrucciones:

Esta evaluación se centra en preguntas abiertas que exploran tu comprensión sobre la aplicación de la inteligencia artificial en diversos campos como la medicina, el marketing, y la personalización de contenido. Deberás proporcionar respuestas detalladas y fundamentadas, demostrando un entendimiento profundo de cómo estas tecnologías transforman industrias y prácticas.

Pregunta 1. ¿Qué es la inteligencia artificial (IA) y cómo ha evolucionado desde sus inicios hasta convertirse en una herramienta crucial en múltiples sectores?

Pregunta 2. Explica la diferencia entre IA simbólica e IA conexionista y discute cómo cada una influye en diferentes aplicaciones prácticas.

Pregunta 3. ¿Cuáles son algunos de los principales beneficios de la IA en la mejora de la eficiencia operativa y la experiencia del usuario? Proporciona ejemplos específicos de cómo la IA ha sido implementada en estas áreas.

Pregunta 4. Discute los desafíos éticos y laborales que presenta la IA, especialmente en relación con la privacidad de datos y la automatización del empleo. ¿Cómo pueden ser abordados estos desafíos?

Pregunta 5. ¿Cómo ha transformado la inteligencia artificial el campo del marketing? Describe aplicaciones específicas de IA en marketing que permitan a las empresas optimizar sus estrategias y operaciones.

Pregunta 6. Explica cómo la personalización de contenido se realiza mediante el uso de la IA. ¿Qué beneficios aporta esta técnica a las estrategias de marketing digital?



Pregunta 7. Describe cómo la automatización de respuestas puede mejorar la interacción con los clientes y optimizar los procesos de compra y servicio al cliente. ¿Cuáles son los desafíos asociados con esta tecnología?

Pregunta 8. Explora la importancia de la analítica de marketing simplificada. ¿Qué tipos de analítica existen y qué métricas son clave para evaluar el éxito de las estrategias de marketing?

Pregunta 9. Explica cómo las tecnologías de IA están siendo utilizadas para personalizar la comunicación y mejorar la efectividad de las campañas.

Pregunta 10. Reflexiona sobre el futuro de la inteligencia artificial y su integración en la vida cotidiana. ¿Cuáles son las potenciales innovaciones que podrían surgir en la próxima década y qué desafíos éticos y regulatorios podrían acompañar estos avances?



BIBLIOGRAFÍA

16. BÁSICA

Sepúlveda Maillo, D. R. D. (2016). *Aplicaciones Google*: (ed.). RA-MA Editorial.

El libro "Aplicaciones Google" es una obra de referencia que ofrece una guía exhaustiva sobre el ecosistema digital de Google. Esta guía explora a profundidad las aplicaciones más populares y útiles de esta multinacional tecnológica, desde las herramientas básicas utilizadas cotidianamente, como el buscador y el correo electrónico, hasta las soluciones más avanzadas para la productividad y la colaboración en entornos profesionales. A través de explicaciones claras y concisas, el libro introduce al lector en el manejo eficaz de herramientas como el buscador de Google, Gmail, Google Drive y Google Calendar, entre otras.

Cada capítulo presenta tutoriales detallados y ejemplos prácticos que permiten al lector aplicar los conocimientos adquiridos de manera inmediata. Además de las funcionalidades básicas, la obra profundiza en consejos y trucos para optimizar el uso de cada aplicación y maximizar su potencial. A través de casos de uso reales, el lector comprenderá cómo integrar estas herramientas en diversos contextos, tanto en el ámbito personal como en el profesional.

Cardador Cabello, A. L. (2015). *Implantación de aplicaciones web en entornos internet, intranet y extranet (MF0493_3)*: (ed.). IC Editorial.

Este libro ofrece una guía completa para la implementación de aplicaciones web en diversos entornos de red, incluidos internet, intranet y extranet. A través de sus siete capítulos, el autor A. L. Cardador Cabello detalla desde los fundamentos de Internet y la



World Wide Web hasta técnicas avanzadas de desarrollo, despliegue, verificación y documentación de aplicaciones web.

En este libro aprenderán sobre la evolución de las tecnologías de internet, las arquitecturas de la web, los servidores y clientes web, y las prácticas esenciales para la seguridad y el control de versiones. Cada capítulo incluye ejercicios de repaso y autoevaluación que refuerzan los conceptos discutidos y ayudan a aplicar el conocimiento en situaciones prácticas. Este texto es ideal para profesionales y estudiantes que buscan profundizar en la creación y gestión eficaz de aplicaciones web en diferentes contextos corporativos y públicos.

17. COMPLEMENTARIA

Meseguer González, P. & López de Mántaras Badia, R. (2017). *Inteligencia artificial*: (ed.). Editorial CSIC Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

Este libro invita a explorar el fascinante mundo de la inteligencia artificial, desde sus orígenes hasta los avances más recientes. Desde los primeros intentos por crear máquinas que pensarán como humanos hasta los logros más impresionantes de la actualidad, esta obra muestra cómo la inteligencia artificial ha evolucionado y cómo ha transformado nuestra sociedad. Los autores no solo presentan los grandes éxitos, sino que también abordan los desafíos y los momentos de estancamiento que ha experimentado esta disciplina.

Chamorro, R. (2011). *Google Apps: Cómo aprovechar al máximo las aplicaciones de google*. Creaciones Copyright.

Este libro ofrece una exploración exhaustiva del conjunto de herramientas disponibles a través de Google Apps, facilitando una comprensión integral de cómo estas



aplicaciones pueden transformar prácticas laborales y de gestión de información. Este libro proporciona orientación detallada sobre el uso efectivo de servicios como Google Docs, Gmail, Calendar y Sites, entre otros, permitiendo a los usuarios acceder a sus recursos digitales desde cualquier dispositivo con conexión a Internet. Además, introduce el concepto de computación en la nube, destacando cómo este paradigma cambia el enfoque tradicional de trabajo y proporciona una libertad sin precedentes en el manejo de documentos, imágenes y videos. A través de este texto, el lector descubrirá cómo maximizar la eficiencia y la productividad con las soluciones gratuitas que Google pone a su disposición en el marco de Google Apps.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abeliuk, A., & Gutiérrez, C. (2021). Historia y evolución de la inteligencia artificial. *Revista Bits de Ciencia*, 21, Article 21. <https://revistasdex.uchile.cl/index.php/bits/index>
- Alcaraz, R. (2022). Breve guía de referencia de Camtasia Studio. *OMADO (Objetos i MAterials DOcents)*. <https://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/189467>
- Arrung, E. (2024, febrero). *CapCut, el editor de videos en línea que ofrece múltiples beneficios* [Text]. Efdportes. <https://efdeportes.com/efdeportes/papers/7476/7476.html>
- Calcaneo, M. A. (2021). Internet, redes sociales y libertad de expresión. *Cuestiones constitucionales*, 44, 35-54. <https://doi.org/10.22201/ijj.24484881e.2021.44.16157>
- Camusso, F., & Jorge, R. (2021). Google Correlate y Google Trends como herramientas para realizar un nowcast de las ventas minoristas. *Ensayos Económicos - DEMO*, 76, Article 76. https://bcra-demo.ojs.theke.io/ensayos_economicos_bcra/article/view/126
- Cardozo, S. (2021, noviembre 10). *Surfer SEO: Review de esta Herramienta de SEO On Site (2024)*. Blog de SEO: Descubre Los Mejores Nichos de SEO y Los Secretos Que Funcionan Para Posicionarte En Google. <https://nichoseo.com/surfer-seo/>
- Chiliquinga, L. M. (2021). *Automatización pilar de innovación del marketing de contenidos en empresas de servicio*. <https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/33513>
- Cuervo, C. A. (2021). Efectos de la inteligencia artificial en las estrategias de marketing: Revisión de literatura. *aDResearch: Revista Internacional de Investigación en*



Comunicación, 24 (enero-junio), 26-41.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7705935>

Delgado, C. (2020). *Diseño y Desarrollo Web – Navegadores y Buscadores*. Universidad de Panamá.

<https://upanama.educativa.org/archivos/repositorio/6000/6126/html/navegado.pdf>

Fernández, A. (2023, abril 14). *¿Qué es Ubersuggest? ¿Para qué sirve?* ingenieroSEO. <https://albertofdez.com/blog/seo/que-es-ubersuggest-para-que-sirve/>

García, L. (2021, noviembre 8). *¿Cuáles son los usos del Internet en la actualidad?* *OnRetrieval*. <https://onretrieval.com/cuales-son-los-usos-del-internet-en-la-actualidad/>

García-Reyes, E. A. (2021). *Producciones Mágicas Desde el Arte, la Literatura y las TIC en Estudiantes de Grado Cuarto de Primaria*. <https://repositorio.udes.edu.co/entities/publication/f3ea8d0c-6e51-4b9d-bd2e-2ab5a095d630/full>

Giménez, J. M. (2012). *Aplicaciones de Internet*. https://elibro.net/es/ereader/itq/42506?as_all=Aplicaciones__de__Internet&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as

López Fernández, L. (2019). *El análisis de datos en el Marketing Digital: Analítica web*. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/27891>

Manivel, R. A., Ramos, M., & Sánchez, R. (2021). Apps como herramientas digitales en la enseñanza de nomenclatura inorgánica. *Educación química*, 32(4), 180-190. <https://doi.org/10.22201/fq.18708404e.2021.5.80005>



- Medina-Chicaiza, P., & Martínez-Ortega, A. G. (2020). Tecnologías en la inteligencia artificial para el Marketing: Una revisión de la literatura. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 4(30), 36-47.
<https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol4iss30.2020pp36-47>
- Morales, M. (2021). *Analítica de datos y calidad de la información para la toma de decisiones del marketing*. <https://doi.org/10.14201/gredos.145794>
- Naughton, J. (2016). The evolution of the Internet: From military experiment to General Purpose Technology. *Journal of Cyber Policy*, 1(1), 5-28.
<https://doi.org/10.1080/23738871.2016.1157619>
- Orduña-Malea, E. (2019). Google Trends: Analítica de búsquedas al servicio del investigador, del profesional y del curioso. *Anuario ThinkEPI*, 13.
<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2019.e13inf01>
- Ortega-Sánchez, R. M. (2021). Uso de Herramientas Tecnológicas en Tiempos de COVID-19. *Revista Docentes 2.0*, 12(1), 31-39.
<https://doi.org/10.37843/rted.v1i1.223>
- Ovejero, D. M. (2023). *Plan de negocios CRM+: Plataforma SaaS de CRM y automatización de marketing para MiPyMEs Latinoamericanas*.
<http://repositorio.udesu.edu.ar/jspui/handle/10908/23356>
- Palomo, R. (2024). *EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS EMERGENTES EN MARKETING DIGITAL: UNA EXPLORACIÓN DE IA, VIDEO MARKETING, PERSONALIZACIÓN DE CONTENIDOS Y MARKETING DE INFLUENCERS*.
<https://eciencia.urjc.es/handle/10115/35590>
- Pedrero, L. M., & Escoda, A. P. (2021). Democracia y digitalización: Implicaciones éticas de la IA en la personalización de contenidos a través de interfaces de voz.

- RECERCA. Revista de Pensament i Anàlisi*, 26(2), Article 2.
<https://doi.org/10.6035/recerca.4666>
- Peralta, L. E., Gaona, M. del P., Luna Acuña, M. L., & Dávila Rojas, O. M. (2022). Herramientas digitales e indagación científica en estudiantes de educación secundaria: Una revisión de la literatura. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), Article 2. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1933
- Restrepo, M. C. (2020, noviembre 30). *La importancia de la Netiqueta en las relaciones 4.0*. Blog. <https://puebla.anahuac.mx/posgrados/blog/la-importancia-de-la-netiqueta-en-las-relaciones-4.0>
- Robles, C. G. (2021, julio 12). ¿Qué es Answer the Public y para qué sirve? *Online Zebra*. <https://onlinezebra.com/blog/que-es-answer-the-public/>
- Rodríguez, V. A., & Chapis, E. (2019). Importancia de las tecnologías de la información y las comunicaciones, el internet y las redes sociales en el mejoramiento y desarrollo de las empresas. *contribuciones a la Economía*, marzo. <https://www.eumed.net/rev/ce/2019/1/tecnologias-informacion-empresas.html>
- Rojas-Díaz, J. S., & Yepes-Londoño, J. J. (2022). Panorama de riesgos por el uso de la tecnología en América Latina*. *Trilogía Ciencia Tecnología Sociedad*, 14(26). <https://www.redalyc.org/journal/5343/534369208004/html/>
- Romero, M. Á. R., Carrillo, A. L. Í., & Villalvazo, A. J. L. (2021). Valoración de la herramienta Google Drive durante el trabajo colaborativo universitario. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 11(22), Article 22. <https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.944>

- Romero Pérez, S. (2020, octubre). *Guía de uso de la herramienta de diseño gráfico CANVA*. <https://www.studocu.com/latam/document/universidad-pedagogica-experimental-libertador/didactica/guia-canva/75639996>
- Ruíz, I., Orozco, L., & Lesmes, A. (2022, octubre 1). *Evolución de la herramienta Photoshop*. 9(17).
<https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/1164>
- Sanchez-Cuadrado, S., & Morato, J. (2023). Análisis de respuestas enriquecidas en Google. *Scire: representación y organización del conocimiento*, 29(1), Article 1.
<https://doi.org/10.54886/scire.v29i1.4908>
- Sepúlveda, D. R. de. (2016). *Aplicaciones Google*. RA-MA Editorial.
https://elibro.net/es/ereader/itq/106397?as_all=google&as_all_op=unaccent_icontains&prev=as
- Tolosa, M. del C., & García, J. R. (2011). «Google sites» como herramienta educativa: [Póster]. *IX Jornades de xarxes d'investigació en docència universitària: disseny de bones pràctiques docents en el context actual, 2011*, ISBN 978-84-694-9813-2, págs. 563-573, 563-573.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4116506>
- Torres-Toukoumidis, A., & De Santis-Piras, A. (2020). *Youtube y la comunicación del siglo XXI*. CIESPAL. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/19292>
- UNC (Ed.). (2021). *MANUAL GOOGLE SHEETS*. UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA. <https://siteplus.unc.edu.pe/>
- Villota, S. C., Zamora, G. G., & Llanga, E. F. (2019). Uso del internet como base para el aprendizaje. *Atlante Cuadernos de Educación y Desarrollo*, mayo.
<https://www.eumed.net/rev/atlante/2019/05/internet-aprendizaje.html>

Zúñiga, F., Mora Poveda, D. A., & Molina Mora, G. P. (2023). La importancia de la inteligencia artificial en las comunicaciones en los procesos marketing. *Vivat Academia*, 156, 102. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9146084>

