

Impulsa tu Marca: Creación Práctica de Contenido Digital para Marketing

Economía, Administración & Contaduría | Marketing y publicidad | Aprendizaje Basado en Retos

Descripción

Este plan de clase está diseñado para estudiantes de educación técnica y tecnológica que desean desarrollar habilidades prácticas en Marketing Digital, enfocándose en la creación de contenido efectivo. A través de dos sesiones intensivas y activas, los estudiantes enfrentan un reto real: diseñar contenido digital que conecte con audiencias específicas, utilizando herramientas digitales accesibles y estrategias actuales. El curso promueve el aprendizaje basado en retos, fomentando la creatividad, el trabajo colaborativo y el uso estratégico de recursos digitales. Los estudiantes aprenderán no solo a crear contenido visual y textual, sino también a planificar, analizar y adaptar sus mensajes para plataformas digitales, habilidades esenciales en el competitivo entorno laboral actual. Esta experiencia conecta con su vida cotidiana, ya que el contenido digital es parte de sus interacciones diarias, y les ofrece competencias útiles para su futuro profesional y personal.

Objetivos de Aprendizaje

- Analizar las características y tipos de contenido digital relevantes para el marketing en redes sociales.
- Diseñar contenido creativo y alineado con objetivos de marketing para audiencias específicas.
- Utilizar herramientas digitales básicas para la creación y edición de contenido multimedia.
- Evaluar y ajustar las propuestas de contenido en función de retroalimentación y criterios de efectividad.

Recursos Necesarios

- Computadoras o laptops con acceso a internet (1 por cada 2 estudiantes).
- Proyector y pantalla para presentaciones.
- Aplicaciones digitales gratuitas: Canva, Unsplash, y Google Docs.
- Material impreso con ejemplos de campañas de marketing digital (5 copias).
- Hojas, marcadores y post-its para lluvia de ideas y planificación.
- Video corto (5 minutos) sobre tendencias actuales en marketing digital.

Requisitos Previos

- Conocimientos básicos de informática y navegación en internet.
- Familiaridad previa con redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok).
- Habilidades básicas de comunicación escrita y trabajo en equipo.

- Conceptos introductorios de marketing y publicidad vistos en cursos anteriores.

Actividades

Sesión 1: Descubriendo y Planificando Contenido Digital

Fase de Inicio

Tiempo estimado: 15 minutos

Propósito de la sesión:

Presentar el objetivo de la sesión: entender qué es el contenido digital y cómo aplicarlo en marketing para captar la atención de los usuarios en redes sociales.

Activación de conocimientos previos:

- **Docente:** Pregunta inicial a la clase: “¿Qué tipos de contenido digital consumes diariamente en tus redes sociales y cuál te llama más la atención? ¿Por qué?”
- **Estudiantes:** Responden con ejemplos concretos y breves comentarios, compartiendo en plenaria.

Motivación y enganche:

- **Docente:** Presenta un dato impactante: “El 80% del contenido que consumimos en redes sociales es visual y genera más interacción. Hoy aprenderán a crear ese contenido” y muestra un video corto sobre marketing digital actual.
- **Estudiantes:** Observan el video con atención, tomando notas rápidas de lo que más les llama la atención.

Contextualización:

- **Docente:** Explica cómo el contenido digital está presente en su vida diaria y es clave para empresas que quieren llegar a más clientes.
- **Estudiantes:** Reflexionan y comparten ejemplos de marcas locales o productos que conocen que usan contenido digital para promocionarse.

Fase de Desarrollo

Tiempo estimado: 95 minutos

Presentación del contenido:

El docente introduce el concepto de marketing digital aplicado a contenido, explicando tipos de contenido (imágenes, videos, textos), audiencias y objetivos, usando ejemplos visuales.

Actividad 1: Análisis de Campañas Digitales

- **Objetivo:** Analizar características de contenido efectivo para marketing digital.
- **Instrucciones:**
 - **Docente:** Divide a los estudiantes en grupos de 3-4 y entrega material impreso con ejemplos reales de campañas digitales.
 - Indica que identifiquen tipo de contenido, mensaje, público objetivo y qué les parece atractivo o no.
- **Organización:** Grupos de 3-4 estudiantes.
- **Producto:** Lista breve en hoja o digital con análisis de 3 campañas.
- **Tiempo:** 40 minutos.
- **Rol del docente:** Circula entre grupos, hace preguntas como “¿Qué emociones busca generar esta campaña?”, “¿A quién crees que está dirigida?” y apoya con ejemplos adicionales.

Actividad 2: Lluvia de Ideas y Planificación de Contenido

- **Objetivo:** Diseñar ideas iniciales para contenido digital alineado a un objetivo de marketing.
- **Instrucciones:**
 - **Docente:** Propone un reto: “Crear contenido para promocionar un producto o servicio local (ejemplo: cafetería del barrio).”
 - En grupos, realizan lluvia de ideas usando post-its para definir mensaje, tipo de contenido y público.
 - Luego organizan sus ideas en un esquema simple (puede ser en papel o digital).
- **Organización:** Mismos grupos de 3-4.
- **Producto:** Mapa de ideas y esquema de planificación.
- **Tiempo:** 35 minutos.
- **Rol del docente:** Facilita el proceso, pregunta “¿Cómo puede captar la atención este contenido?”, “¿Qué emociones o información queremos transmitir?”, y motiva la creatividad.

Actividad 3: Introducción a Herramientas Digitales

- **Objetivo:** Familiarizarse con herramientas digitales para crear contenido visual.
- **Instrucciones:**
 - **Docente:** Demuestra en proyector la plataforma Canva, mostrando funciones básicas para crear imágenes atractivas.
 - Los estudiantes ingresan a Canva en sus dispositivos y exploran plantillas básicas guiados por el docente.
- **Organización:** Individual o parejas (según disponibilidad de equipos).
- **Producto:** Primer boceto digital sencillo de una imagen para promoción.
- **Tiempo:** 20 minutos.
- **Rol del docente:** Apoya a quienes tienen dudas técnicas y sugiere mejoras creativas.

Diferenciación

- Para estudiantes que terminan antes: Explorar plantillas avanzadas en Canva y preparar una propuesta de texto para su contenido.
- Para quienes requieren apoyo: Trabajar con el docente en grupos pequeños para reforzar conceptos y uso básico de Canva.

Transición a cierre:

El docente invita a preparar una breve explicación oral sobre su planificación para compartir en plenaria, conectando la planificación con la siguiente sesión que será creación y evaluación.

Fase de Cierre

Tiempo estimado: 10 minutos

Síntesis:

- **Docente:** Solicita a cada grupo compartir en máximo 2 minutos las ideas principales de su planificación.
- **Estudiantes:** Presentan y escuchan retroalimentación breve del docente y compañeros.

Reflexión metacognitiva:

- ¿Qué aprendimos hoy sobre el contenido digital y su importancia en marketing?
- ¿Cuál fue el mayor reto al planificar nuestro contenido?
- ¿Cómo podemos usar lo aprendido en nuestra vida o futuro laboral?

Retroalimentación:

El docente ofrece comentarios positivos y sugerencias puntuales, alentando la mejora continua para la próxima sesión.

Transferencia:

Se explica que en la siguiente sesión crearán el contenido digital final y aplicarán herramientas de edición.

Tarea o reto:

Invitar a los estudiantes a observar en sus redes sociales ejemplos de contenido que les guste y traerlos para discutir.

Sesión 2: Creación y Evaluación de Contenido Digital para Marketing

Fase de Inicio

Tiempo estimado: 10 minutos

Propósito de la sesión:

Recordar lo trabajado y presentar la meta: crear contenido digital real y evaluarlo para mejorar.

Activación de conocimientos previos:

- **Docente:** Pregunta: “¿Qué ejemplos de contenido digital observaron en sus redes? ¿Qué les gustó y por qué?”
- **Estudiantes:** Comparten brevemente sus observaciones y relacionan con la planificación previa.

Motivación y enganche:

- **Docente:** Muestra un ejemplo de contenido digital exitoso y otro con errores comunes para comparar.
- **Estudiantes:** Analizan diferencias y expresan opiniones.

Contextualización:

- **Docente:** Refuerza la importancia de crear contenido original y ajustado a la audiencia.
- **Estudiantes:** Preparan sus dispositivos para comenzar la creación.

Fase de Desarrollo

Tiempo estimado: 95 minutos

Presentación del contenido:

Breve revisión de técnicas para crear textos atractivos, diseño visual, y uso de imágenes libres de derechos.

Actividad 1: Creación de Contenido Digital

- **Objetivo:** Diseñar y producir una pieza digital (imagen con texto) para promocionar un producto o servicio.
- **Instrucciones:**
 - **Docente:** Indica que usen Canva para crear la imagen, integrando texto y elementos visuales según su planificación.
 - Recuerden que el contenido debe ser claro, atractivo y adecuado para la audiencia definida.
- **Organización:** Grupos de 3-4 estudiantes.
- **Producto:** Imagen digital finalizada lista para compartir.
- **Tiempo:** 60 minutos.
- **Rol del docente:** Apoya técnicamente y fomenta la revisión continua, preguntando “¿Cómo creen que su contenido impacta al público?”

Actividad 2: Rueda de Retroalimentación

- **Objetivo:** Evaluar y mejorar el contenido con base en criterios claros.
- **Instrucciones:**
 - **Docente:** Explica criterios de evaluación simples: claridad del mensaje, atractivo visual, adecuación al público.
 - Cada grupo presenta su contenido a otro grupo, que ofrece comentarios constructivos con base en los criterios.
- **Organización:** Grupos de 3-4, en parejas para intercambio.
- **Producto:** Lista de sugerencias para mejorar el contenido.

- **Tiempo:** 25 minutos.
- **Rol del docente:** Modera la actividad, garantiza respeto y enfoque en la mejora, y guía con preguntas “¿Qué elemento podría llamar más la atención?”

Actividad 3: Ajustes Finales y Preparación para Presentación

- **Objetivo:** Incorporar retroalimentación para perfeccionar el contenido digital.
- **Instrucciones:**
 - **Docente:** Indica que los grupos realicen ajustes finales en Canva y preparen una explicación breve del contenido y sus decisiones creativas.
- **Organización:** Grupos de 3-4 estudiantes.
- **Producto:** Imagen digital ajustada y presentación oral de 3 minutos.
- **Tiempo:** 10 minutos.
- **Rol del docente:** Apoya en la organización y aclara dudas técnicas o conceptuales.

Diferenciación

- Para estudiantes que terminan antes: Preparar recomendaciones para campañas futuras o crear una segunda pieza de contenido.
- Para quienes necesitan apoyo: Trabajo guiado con docente para pulir detalles y práctica adicional en herramientas digitales.

Transición a cierre:

Invitar a reflexionar sobre el proceso completo de creación y aprendizaje.

Fase de Cierre

Tiempo estimado: 15 minutos

Síntesis:

- **Docente:** Solicita que cada grupo comparta su contenido digital y explique cómo responde al reto planteado.
- **Estudiantes:** Presentan y escuchan comentarios.

Reflexión metacognitiva:

- ¿Qué aprendí sobre la creación de contenido digital para marketing?
- ¿Qué parte del proceso fue más desafiante y cómo la superé?
- ¿Cómo puedo aplicar estas habilidades en otras áreas o proyectos futuros?

Retroalimentación:

El docente brinda retroalimentación personalizada y grupal, destacando fortalezas y áreas de mejora.

Transferencia:

Se invita a los estudiantes a aplicar estas habilidades creando contenido para proyectos personales, emprendimientos o prácticas laborales.

Tarea o reto:

Crear una publicación digital para una red social real o simulada, aplicando lo aprendido, y traer evidencias para la próxima clase o evaluación.

Evaluación

Tipo de evaluación:

- **Diagnóstica:** Inicio de la sesión 1, mediante preguntas y activación de conocimientos previos.
- **Formativa:** Durante ambas sesiones, a través de observación directa, retroalimentación en actividades grupales y revisión de productos parciales.
- **Sumativa:** Al cierre de la sesión 2, evaluación del contenido digital final y presentación oral.

Criterios de evaluación:

- Capacidad de analizar y describir características del contenido digital (Objetivo 1).
- Diseño coherente y creativo de contenido alineado a un objetivo de marketing (Objetivo 2).
- Uso adecuado y funcional de herramientas digitales para creación de contenido (Objetivo 3).
- Capacidad para incorporar retroalimentación y mejorar el producto final (Objetivo 4).

Instrumentos sugeridos:

- Lista de cotejo para la evaluación del contenido digital final (claridad, creatividad, adecuación).
- Rúbrica para presentación oral (claridad, argumentación, dominio del tema).
- Observación directa durante actividades prácticas.
- Autoevaluación y coevaluación con guías específicas para fomentar reflexión.

Evidencias de aprendizaje:

- Mapas de ideas y planificación de contenido generados en la sesión 1.
- Bocetos y piezas digitales creadas en Canva.
- Listas de retroalimentación y ajustes realizados.
- Presentaciones orales explicativas del contenido y proceso creativo.