

¡Conquista las redes! Estrategias de promoción y mercadeo para eventos en redes sociales

Economía, Administración & Contaduría | Hotelería y turismo | Gamificación

Descripción

Este plan de clase está diseñado para estudiantes de Media técnica en Organización de Eventos de una Institución Educativa en Medellín, con el propósito de que comprendan y apliquen estrategias efectivas de material de promoción y mercadeo en redes sociales. Los estudiantes aprenderán a identificar los elementos clave para crear contenido atractivo, seleccionar las plataformas adecuadas y diseñar campañas que impulsen la visibilidad y el éxito de eventos. Esto es fundamental porque hoy en día, las redes sociales son herramientas indispensables para la promoción, especialmente en el sector de hotelería y turismo donde la competencia es alta y la innovación en mercadeo digital marca la diferencia.

Además, se implementará la metodología de gamificación para hacer el aprendizaje dinámico, motivador y participativo, fomentando el desarrollo de competencias prácticas y creativas. Los estudiantes podrán conectar estos conocimientos con situaciones reales de su entorno, potenciando su capacidad para organizar eventos exitosos y comunicar eficazmente en el mundo digital.

Objetivos de Aprendizaje

- Analizar las características y funciones de las principales redes sociales para la promoción de eventos.
- Diseñar materiales de promoción digital atractivos y adecuados para diferentes plataformas sociales.
- Crear una estrategia básica de mercadeo en redes sociales para un evento específico.
- Evaluar la efectividad de distintas técnicas de promoción en redes sociales mediante actividades prácticas.

Recursos Necesarios

- Computadoras o tablets con acceso a internet (1 por cada 2 estudiantes)
- Proyector y pantalla para presentaciones
- Plantillas digitales para diseño gráfico (Canva o similar)
- Cuenta demo o acceso básico a redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok
- Cartulinas, marcadores y materiales para bocetos manuales
- Fichas de retos y puntos para gamificación
- Video corto sobre tendencias actuales en mercadeo digital (5 minutos)
- Guía impresa con pasos para crear una estrategia digital básica

Requisitos Previos

- Conocimientos básicos sobre eventos y su organización.
- Familiaridad previa con el uso básico de redes sociales.
- Habilidades básicas en manejo de computadoras e internet.
- Experiencia en trabajo colaborativo y manejo de herramientas digitales simples.

Actividades

Fase de Inicio

Tiempo estimado: 45 minutos

Propósito de la sesión:

Docente: Explica que hoy explorarán cómo usar las redes sociales para promocionar eventos de manera efectiva, una habilidad clave para posicionar sus proyectos en el mercado actual y atraer público.

Estudiantes: Escuchan atentamente y se preparan para participar activamente.

Activación de conocimientos previos:

Docente: Realiza la pregunta detonadora: “¿Qué redes sociales conocen y cuál creen que es la más usada para promocionar eventos? ¿Por qué?”

Estudiantes: Responden en plenaria compartiendo experiencias personales y observaciones.

Motivación y enganche:

Docente: Presenta un dato curioso: “¿Sabían que el 80% de los asistentes a eventos deciden asistir porque vieron una promoción llamativa en redes sociales? Hoy aprenderán a crear esas promociones.”

Estudiantes: Se motivan y muestran interés al escuchar el dato real y relevante.

Contextualización:

Docente: Conecta el tema con su vida cotidiana: “Como futuros organizadores de eventos, usar las redes sociales bien puede hacer que su evento sea el más recordado y visitado en Medellín.”

Estudiantes: Reflexionan sobre la importancia práctica y se preparan para las actividades.

Fase de Desarrollo

Tiempo estimado: 150 minutos

Presentación del contenido:

Docente: Explica brevemente la función de tres redes sociales populares para eventos (Facebook, Instagram y TikTok), mostrando ejemplos reales y destacando cómo varía el material de promoción según la plataforma. Introduce el

sistema de gamificación: los estudiantes ganarán puntos, insignias y subirán niveles al completar retos y actividades.

Actividad 1: “Mapa de redes y funciones”

Objetivo: Analizar características y funciones de redes sociales para promoción.

- **Instrucciones:** En grupos de 3, los estudiantes reciben una ficha con una red social (Facebook, Instagram o TikTok). Deben investigar en internet durante 20 minutos las características principales para promocionar eventos y anotar ventajas y desventajas.
- Luego cada grupo presenta brevemente (3 minutos) su red social y sus hallazgos.
- **Producto:** Mapa mental grupal en cartulina con funciones y usos de la red social asignada.
- **Organización:** Grupos de 3 estudiantes.
- **Tiempo:** 30 minutos.
- **Rol docente:** Facilita recursos, observa interacción, formula preguntas guía como “¿Qué tipo de público usa esta red? ¿Qué formatos funcionan mejor?”

Actividad 2: “Diseña tu material promocional”

Objetivo: Diseñar materiales de promoción digital para redes sociales.

- **Instrucciones:** En parejas, usando Canva o plantillas impresas, crean un póster digital para promocionar un evento ficticio (por ejemplo, una feria gastronómica o concierto local). El material debe incluir título, fecha, lugar, y llamada a la acción.
- Al finalizar, suben su diseño a un tablero digital o lo exponen en clase.
- **Producto:** Póster promocional digital o impreso.
- **Organización:** Parejas.
- **Tiempo:** 60 minutos.
- **Rol docente:** Acompaña paso a paso, sugiere mejoras, pregunta “¿Qué elementos captan la atención? ¿Está claro el mensaje?”

Actividad 3: “Estrategia de mercadeo para evento”

Objetivo: Crear una estrategia básica de mercadeo en redes sociales para un evento.

- **Instrucciones:** En grupos de 4, los estudiantes diseñan una estrategia sencilla que incluya: selección de redes sociales, tipo de contenido, frecuencia de publicaciones y método para medir resultados. Deben usar la guía impresa como apoyo.
- Luego presentan su estrategia en plenaria y reciben retroalimentación.
- **Producto:** Plan estratégico escrito y presentación oral.
- **Organización:** Grupos de 4 estudiantes.
- **Tiempo:** 60 minutos.
- **Rol docente:** Modera, hace preguntas para profundizar, guía ajustes en la estrategia.

Diferenciación:

- **Estudiantes que terminan antes:** Pueden diseñar un video corto (30 segundos) promocional usando sus teléfonos o una app sencilla y subirlo para ganar puntos extra.
- **Estudiantes que necesitan más apoyo:** Pueden recibir ejemplos guiados y trabajar con el docente o un asistente para completar las actividades con instrucciones paso a paso y modelos visuales.

Transiciones:

Al terminar cada actividad, el docente resume los aprendizajes brevemente y explica cómo el siguiente paso les permitirá aplicar lo aprendido para crear una propuesta más completa y realista.

Fase de Cierre

Tiempo estimado: 45 minutos

Síntesis:

Docente: Propone la actividad "Ticket de salida": cada estudiante escribe en una ficha tres ideas clave que aprendió sobre la promoción en redes sociales y una pregunta que aún tenga.

Estudiantes: Escriben sus ideas y preguntas y las depositan en una caja o tablero.

Reflexión metacognitiva:

- ¿Cómo puedo aplicar lo aprendido para promocionar un evento que organice?
- ¿Qué red social me parece más útil y por qué?
- ¿Qué material promocional creo que atrae más al público y cómo lo diseñaría?

Docente: Invita a que varios estudiantes compartan sus respuestas para fomentar reflexión colectiva.

Retroalimentación:

Docente: Brinda retroalimentación inmediata destacando logros, corrigiendo errores comunes y motivando a seguir mejorando sus estrategias digitales.

Transferencia:

Docente: Explica que los conocimientos y habilidades desarrollados se pueden aplicar directamente en próximas prácticas de organización de eventos y en la vida laboral futura, potenciando su perfil profesional.

Tarea o reto:

Como reto, los estudiantes deberán crear una publicación real para una red social de un evento de su comunidad o de la institución y traer resultados (me gusta, comentarios) para analizar en la próxima clase o encuentro.

Evaluación

Tipo de evaluación: Diagnóstica en la fase de inicio (pregunta detonadora), formativa durante la fase de desarrollo (observación de actividades, preguntas guía, revisión de productos), y sumativa en la fase de cierre (síntesis escrita, presentación y reflexión).

Criterios de evaluación:

- Identificación adecuada de características y funciones de redes sociales para promoción (objetivo 1).
- Creatividad y pertinencia en el diseño de materiales promocionales digitales (objetivo 2).
- Coherencia y claridad en la estrategia de mercadeo propuesta (objetivo 3).
- Capacidad para evaluar y reflexionar sobre la efectividad de técnicas promocionales (objetivo 4).

Instrumentos sugeridos: Lista de cotejo para revisión de materiales promocionales, rúbrica para evaluación de la estrategia de mercadeo, observación directa durante actividades grupales, autoevaluación y coevaluación en reflexión final.

Evidencias de aprendizaje: Mapa mental grupal, póster promocional, plan estratégico escrito y presentación oral, fichas de reflexión y respuestas al ticket de salida.