

Fundamentos de la comunicación efectiva y asertiva

Economía, Administración & Contaduría | Marketing y publicidad

Descripción del Curso

Este curso de Marketing y Publicidad tiene como objetivo formar profesionales capaces de planificar, ejecutar y evaluar estrategias de comunicación digital que mantengan una voz de marca coherente en distintos canales. La asignatura integra fundamentos de branding, comportamiento del consumidor, ética y medición de resultados, conectando teoría con prácticas actuales en entornos digitales. La Unidad 7, Herramientas de comunicación digital para mensajes asertivos y coherentes con la marca, se sitúa como un eje clave para integrar tecnología y estrategia en la conversación con el público. En esta unidad se exploran herramientas digitales relevantes para la gestión de redes, sistemas de CRM, gestión de contenidos y procesos de automatización que permiten crear, difundir y escalar mensajes sin perder la consistencia de la voz de la marca. El objetivo es que el estudiante aprenda a planificar, programar, publicar y monitorear mensajes que sean asertivos, pertinentes y coherentes con los valores de la marca, adaptándose a cada canal (redes, correo, chat, mensajería directa) y manteniendo una ética profesional adecuada ante audiencias diversas. El curso propone un enfoque práctico, con ejercicios de calendarización de contenidos, diseño de flujos de interacción y estudio de casos que simulen situaciones reales de atención al cliente, gestión de crisis y manejo de comentarios. Al finalizar la Unidad 7, el estudiante debe poder: planificar una estrategia de comunicación digital alineada a la marca; gestionar el calendario editorial; difundir mensajes coherentes con la voz institucional; y responder de forma asertiva, empática y responsable ante interacciones en redes y otros canales. La evaluación combina actividades prácticas, análisis de métricas y reflexiones éticas para garantizar una comprensión integral de cómo las herramientas digitales favorecen una comunicación efectiva, eficiente y ética en el ámbito del marketing y la publicidad.

Competencias

- Analizar herramientas de gestión de redes, CRM y calendario de contenidos para planificar mensajes alineados con la marca. - Desarrollar mensajes asertivos y coherentes con la voz de la marca, adaptándolos a distintos canales y audiencias. - Programar y publicar contenidos utilizando buenas prácticas éticas y cumplimiento de normativas de comunicación. - Monitorear interacciones y responder de forma asertiva y coherente en canales digitales, gestionando situaciones de crisis y feedback. - Interpretar métricas básicas (alcance, interacción, satisfacción) para ajustar estrategias de comunicación. - Trabajar en equipos multidisciplinarios (marketing, diseño, atención al cliente) y comunicar ideas de forma clara y persuasiva.

Requerimientos

- Conocimientos previos en fundamentos de marketing y publicidad. - Acceso a internet y equipo compatible para utilizar herramientas de gestión de redes, CRM y calendario de contenidos. - Cuenta o acceso a al menos dos herramientas de gestión de redes y una plataforma de CRM o CMS, según disponibilidad institucional. - Participación

activa en prácticas, simulaciones y debates en línea. - Competencia en herramientas de ofimática y edición básica de contenidos. - Compromiso con principios éticos y normas de la comunicación digital.

Unidades del Curso

Unidad 1: Unidad 1: Fundamentos de la comunicación efectiva y asertiva en marketing

Objetivos de Aprendizaje

1. Definir conceptos clave de comunicación efectiva y asertiva, señalando diferencias y su relevancia para el ámbito publicitario.
2. Analizar los elementos de un mensaje publicitario (emisor, receptor, canal, contexto, mensaje) y su impacto en la audiencia.
3. Identificar ejemplos de mensajes de marketing que incorporen principios de asertividad y ética en su construcción.

Contenidos Temáticos

1. **Principios de la comunicación efectiva y asertiva** – Descripción corta de cómo claridad, precisión, escucha activa y feedback fortalecen la relación marca-audiencia.
2. **Ética y veracidad en publicidad** – Descripción corta sobre evitar claims engañosos, disclaimer y responsabilidad social.
3. **Componentes del mensaje y propuesta de valor** – Descripción corta sobre alineación entre mensaje y valor de la marca.

Actividades

- **Actividad 1: Análisis crítico de anuncios actuales** – Tema: evaluar ejemplos de publicidad para identificar claridad, tono y veracidad.
Puntos clave: identificar emisor, receptor, canal; evaluar claridad del mensaje; detectar posibles claims no veraces.
 - Aprendizajes: comprensión de cómo el diseño del mensaje impacta la recepción del público y el cumplimiento ético.
- **Actividad 2: Redacción de micro-mensajes asertivos** – Tema: crear mensajes publicitarios breves y asertivos para un producto ficticio.
Puntos clave: uso de lenguaje claro, afirmaciones verificables, llamado a la acción directo.
 - Aprendizajes: habilidad para transformar ideas en mensajes precisos y veraces.
- **Actividad 3: Debate ético sobre claims publicitarios** – Tema: debatir sobre límites éticos y veracidad de claims en publicidad.
Puntos clave: fundamentos éticos, impacto en la confianza del consumidor, responsabilidad de la marca.

- Aprendizajes: capacidad de argumentar críticamente sobre ética publicitaria.

Evaluación

Evaluación formativa: participación en debates y análisis; evaluación de dos micro-mensajes y un informe de análisis ético de un anuncio. Se utilizará una rúbrica que considere claridad, veracidad, coherencia con la propuesta de valor y adecuación al contexto.

Unidad 2: Técnicas de comunicación asertiva en presentaciones y piezas publicitarias

Objetivos de Aprendizaje

1. Diseñar presentaciones y copys con lenguaje asertivo y estructurado.
2. Utilizar técnicas de lenguaje corporal, entonación y gestión de preguntas en presentaciones.
3. Realizar pruebas de mensajes con feedback para mejorar claridad y eficacia.

Contenidos Temáticos

1. **Técnicas de asertividad en presentaciones** – Descripción corta sobre estructura, claridad, control de mensajes y manejo de preguntas.
2. **Redacción de copy publicitario asertivo** – Descripción corta sobre tono directo, veracidad y llamados a la acción claros.
3. **Diseño de presentaciones efectivas** – Descripción corta sobre visuales, ritmo y conexión con la audiencia.

Actividades

- **Actividad 1: Pitch de producto en 3 minutos** – Tema: presentar un producto con tono asertivo ante un jurado simulado.

Puntos clave: estructura de introducción-cuerpo-conclusión, manejo de preguntas, lenguaje persuasivo sin exageraciones.

- Aprendizajes: confianza en la expresión oral, claridad del mensaje y capacidad de respuesta ante preguntas.

- **Actividad 2: Redacción de titulares y slogans** – Tema: crear copys breves y directos para campañas.

Puntos clave: simplificación del mensaje, veracidad y coherencia con la propuesta de valor.

- Aprendizajes: dominio de mensajes concisos y efectivos.

- **Actividad 3: Revisión de presentaciones en equipo** – Tema: retroalimentación estructurada entre pares.

Puntos clave: observación de tono, claridad y respuestas a objeciones.

- Aprendizajes: mejora continua mediante feedback constructivo.

Evaluación

Evaluación por rúbrica de presentaciones y copias asertivos: claridad, estructura, adecuación al público, ética y veracidad. Se contemplan ejercicios de autoevaluación y coevaluación entre pares.

Unidad 3: Unidad 3: Escucha activa y feedback constructivo en interacciones con clientes y equipos de marketing

Objetivos de Aprendizaje

1. Demostrar habilidades de escucha activa (paráfrasis, aclaración, síntesis) en simulaciones de clientes.
2. Aplicar el modelo SBI (Situación–Comportamiento–Impacto) para dar feedback constructivo.
3. Generar resúmenes y acuerdos claros tras reuniones y conversaciones con equipos de marketing.

Contenidos Temáticos

1. **Escucha activa en ventas y marketing** – Descripción corta sobre técnicas de escucha, parafraseo y verificación de entendimiento.
2. **Feedback constructivo (SBI y técnicas)** – Descripción corta sobre estructuras útiles para retroalimentación.
3. **Comunicación en interacciones con clientes y equipos** – Descripción corta sobre registros, acuerdos y seguimiento.

Actividades

- **Actividad 1: Role-play de atención al cliente** – Tema: practicar escucha activa ante consultas y objeciones.

Puntos clave: parafraseo, clarificación, validación emocional y resumen de acuerdos.

- Aprendizajes: precisión en la comprensión y reducción de malentendidos.

- **Actividad 2: Sesión de feedback en equipo** – Tema: entregar retroalimentación usando SBI en proyectos de campaña.

Puntos clave: describir la situación, el comportamiento observado y el impacto; enfoque en mejora.

- Aprendizajes: comunicación respetuosa y orientada a mejoras.

- **Actividad 3: Registro de reuniones y acuerdos** – Tema: practicar notas de reuniones con claridad y seguimiento.

Puntos clave: síntesis, asignación de responsabilidades y plazos.

- Aprendizajes: claridad de compromisos y continuidad entre encuentros.

Evaluación

Evaluación mediante observación de habilidades en role-plays, calidad de feedback y coherencia de las notas de reuniones. Se usarán rúbricas de escucha activa y de feedback constructivo.

Unidad 4: Unidad 4: Creación de mensajes publicitarios claros, veraces y éticos alineados con la propuesta de valor

Objetivos de Aprendizaje

1. Redactar mensajes publicitarios que comuniquen de forma clara la propuesta de valor sin afirmar algo que no se pueda sostener.
2. Verificar la veracidad de claims y evitar afirmaciones engañosas o engañosas.
3. Alinear el tono y la voz de la marca en todas las piezas publicitarias.

Contenidos Temáticos

1. **Propuesta de valor y mensaje central** – Descripción corta sobre cómo extraer y comunicar la propuesta de valor de forma concisa.
2. **Claridad y veracidad en claims** – Descripción corta sobre evaluación de afirmaciones y evidencia.
3. **Ética y consistencia de marca** – Descripción corta sobre coherencia entre mensajes y valores de marca.
4. **Tono y voz de la marca** – Descripción corta sobre adaptar lenguaje a la voz prevista.

Actividades

- **Actividad 1: Redacción de mensajes publicitarios** – Tema: crear 2-3 mensajes claros y veraces para un producto ficticio.
Puntos clave: identificar la propuesta de valor, evitar claims no verificables, usar lenguaje directo.
 - Aprendizajes: habilidad para redactar mensajes éticos y alineados a la marca.
- **Actividad 2: Revisión de campañas reales** – Tema: analizar ejemplos y proponer mejoras éticas y de claridad.
Puntos clave: evaluar veracidad, claridad y consistencia con la identidad de marca.
 - Aprendizajes: pensamiento crítico sobre publicidad y responsabilidad.
- **Actividad 3: Taller de tono de marca** – Tema: construir guías de tono para diferentes piezas (anuncios, posts, eslogan).
Puntos clave: coherencia de voz, adecuación al canal y contexto.
 - Aprendizajes: consistencia comunicacional a través de canales y piezas.

Evaluación

Evaluación mediante entrega de una batería de mensajes publicitarios (2-3 piezas) que cumplan con claridad, veracidad y ética, así como una breve guía de tono de marca. Se empleará una rúbrica de evaluación de contenido, veracidad y coherencia con la propuesta de valor.

Unidad 5: Evaluación ética de la efectividad de la comunicación en campañas mediante indicadores de desempeño

Objetivos de Aprendizaje

1. Diseñar un plan de medición que incorpore KPIs relevantes y consideraciones éticas en el manejo de datos de audiencias.
2. Analizar datos de campañas para identificar insights y oportunidades de mejora sin infringir normas de privacidad.
3. Proponer acciones para optimizar la comunicación manteniendo la coherencia con la marca.

Contenidos Temáticos

1. **Indicadores de desempeño clave (KPIs) en marketing digital** – Descripción corta sobre alcance, engagement y conversión.
2. **Ética en la recopilación y uso de datos** – Descripción corta sobre consentimientos, minimización de datos y transparencia.
3. **Análisis de campañas e interpretación de resultados** – Descripción corta sobre extracción de insights y recomendaciones.

Actividades

- **Actividad 1: Análisis de dashboards simulados** – Tema: interpretar métricas y detectar sesgos o errores de muestreo.
Puntos clave: identificar métricas, comparar con objetivos, interpretar resultados con cautela ética.
 - Aprendizajes: capacidad de lectura de datos y toma de decisiones responsable.
- **Actividad 2: Informe de desempeño con recomendaciones** – Tema: generar un informe breve con acciones de mejora basadas en KPIs.
Puntos clave: recomendaciones accionables, priorización y métricas de impacto.
 - Aprendizajes: traducción de datos en estrategias de comunicación.
- **Actividad 3: Sesión de revisión ética de datos** – Tema: analizar posibles riesgos de privacidad y proponer salvaguardas.
Puntos clave: consentimientos, minimización de datos, transparencia hacia la audiencia.
 - Aprendizajes: adopción de prácticas responsables en recopilación y uso de datos.

Evaluación

Evaluación mediante un informe de evaluación de campaña con KPIs, interpretación de resultados y plan de mejoras, asegurando prácticas éticas de datos. Se utilizará una rúbrica que valore claridad, rigor analítico y responsabilidad ética.

Unidad 6: Unidad 6: Adaptación de tono y estilo a diferentes audiencias objetivo

Objetivos de Aprendizaje

1. Identificar perfiles de audiencia y sus preferencias de comunicación.
2. Aplicar variaciones de tono y estilo para 2-3 audiencias distintas conservando la identidad de marca.
3. Evaluar la coherencia entre mensajes adaptados y la propuesta de valor de la marca.

Contenidos Temáticos

1. **Segmentación y personalidad de la marca** – Descripción corta sobre cómo la personalidad de la marca se relaciona con la audiencia.
2. **Tono y estilo comunicativo** – Descripción corta sobre formalidad, cercanía, humor, tecnicismos, etc.
3. **Adaptación de mensajes para canales y contextos** – Descripción corta sobre adaptar mensajes a redes, correo, landing pages, etc.

Actividades

- **Actividad 1: Construcción de 2-3 versiones de mensajes** – Tema: crear versiones para audiencias A y B.
Puntos clave: identificar preferencias, adaptar tono sin perder la propuesta de valor.
 - Aprendizajes: flexibilidad comunicativa y coherencia con la marca.
- **Actividad 2: Simulación multi-canal** – Tema: adaptar mensajes a distintos canales (redes, email, web) manteniendo la voz de marca.
Puntos clave: adecuación al canal, ritmo de lectura y interacción esperada.
 - Aprendizajes: uso correcto de cada formato de canal.
- **Actividad 3: Revisión grupal de coherencia** – Tema: evaluar la consistencia entre mensajes para diferentes audiencias.
Puntos clave: consistencia semántica y tonal.
 - Aprendizajes: habilidad para mantener identidad de marca ante variaciones de público.

Evaluación

Evaluación mediante entrega de 2 versiones de mensajes adaptados a audiencias distintas y una breve rúbrica de coherencia con la marca. Se valorará la pertinencia del tono y el impacto perceptivo en cada audiencia.

Unidad 7: Unidad 7: Herramientas de comunicación digital para mensajes asertivos y coherentes con la marca

Objetivos de Aprendizaje

1. Conocer herramientas de gestión de redes, CRM y calendario de contenidos para planificar mensajes.
2. Programar y publicar mensajes que respeten la voz de la marca y la ética.
3. Monitorear interacciones y responder de forma asertiva y coherente en canales digitales.

Contenidos Temáticos

1. **Herramientas de gestión de redes y CRM** – Descripción corta sobre plataformas de publicación, análisis y CRM para seguimiento de audiencias.
2. **Calendarios de contenido y coherencia de marca** – Descripción corta sobre planificación y consistencia en la voz de la marca.
3. **Respuestas y atención al cliente en canales digitales** – Descripción corta sobre tono, rapidez y calidad de respuestas.
4. **Medición de coherencia y desempeño en canales** – Descripción corta sobre indicadores de escucha y respuesta del público.

Actividades

- **Actividad 1: Plan de contenidos de una semana** – Tema: diseñar un plan de publicaciones para una plataforma específica manteniendo la voz de la marca.

Puntos clave: calendario, objetivos, tono, interacción esperada y métricas de éxito.

- Aprendizajes: práctica de planificación y coherencia multicanal.

- **Actividad 2: Simulación de respuestas en redes** – Tema: responder comentarios siguiendo guías de tono y ética.

Puntos clave: claridad de respuestas, empatía y manejo de crisis menores.

- Aprendizajes: habilidad de gestión de la conversación pública y mantenimiento de la marca.

- **Actividad 3: Práctica de escucha y feedback en plataformas digitales** – Tema: recoger feedback de usuarios y proponer mejoras en mensajes.

Puntos clave: interpretación de feedback, priorización de cambios y comunicación de mejoras.

- Aprendizajes: uso de feedback para orientar la comunicación y el producto.

Evaluación

Evaluación mediante presentación de un plan de contenido para una plataforma y un conjunto de respuestas modelo a comentarios simulados. Se evaluará la coherencia de la voz, la claridad de los mensajes y la adecuación ética.