

Marketing digital y comunicación para emprendedores

Persona y sociedad | Emprendimiento e Innovación

Descripción del Curso

Este curso de Emprendimiento e Innovación está diseñado para estudiantes a partir de 17 años y busca desarrollar habilidades prácticas para crear y gestionar proyectos o marcas, con énfasis en la comunicación efectiva, la creatividad y la toma de decisiones basadas en datos. La unidad de trabajo tiene una duración de 4 semanas y se articula en torno a la definición del tono de marca, la selección de formatos y plataformas, el diseño de un calendario de contenidos, la creación de piezas de muestra y un análisis de rendimiento (opcional) para cerrar el ciclo de aprendizaje con mejoras continuas. Las actividades centrales reflejan un proceso completo de branding y producción de contenidos:

- Actividad 1: Definición del tono de marca — Redacción de directrices de voz y ejemplos de mensajes para diferentes escenarios. Aprendizajes: coherencia de la marca y claridad comunicativa.
- Actividad 2: Selección de formatos y plataformas — Elegir formatos adecuados para la audiencia y adaptar mensajes a cada plataforma. Aprendizajes: adecuación de formato y plataforma.
- Actividad 3: Diseño de calendario de contenidos — Crear un calendario semanal/mensual con fechas, formatos y objetivos de cada pieza. Aprendizajes: organización y previsión.
- Actividad 4: Creación de piezas de muestra — Elaborar ejemplos de publicaciones (texto, imagen, video corto) que ilustren el tono y formato definidos. Aprendizajes: producción de contenido alineado con la marca.
- Actividad 5 (opcional): Análisis de rendimiento — Simulación de revisión de métricas y ajuste de próximas publicaciones basado en resultados hipotéticos. Aprendizajes: interpretación de datos y mejora continua.

El objetivo de evaluación se alinea con el Objetivo General 3. Criterios de evaluación (cuatro criterios, cada uno con 25% del peso total):

- Consistencia del tono/voz con la marca y claridad del mensaje.
- Selección adecuada de formatos y su adecuación a plataformas.
- Calidad y viabilidad del plan de contenidos con frecuencia y objetivos por pieza.
- Capacidad de medir resultados y proponer ajustes basados en métricas.

El periodo de trabajo es de 4 semanas. Este enfoque busca que los estudiantes integren conocimiento teórico con prácticas reales de emprendimiento e innovación, fortaleciendo su capacidad para aplicar lo aprendido en distintos contextos y proyectos.

Competencias

- Desarrolla habilidades de pensamiento crítico y resolución de problemas en contextos de emprendimiento y comunicación estratégica.
- Aplica procesos de creatividad e innovación para generar ideas y soluciones viables para proyectos o negocios.

- Comunica de forma clara y persuasiva, adaptando el tono y los mensajes a diferentes audiencias y plataformas.
- Planifica, organiza y gestiona contenidos de marca, demostrando capacidad de gestión del tiempo y priorización.
- Analiza métricas y resultados para tomar decisiones y proponer mejoras basadas en datos.
- Trabaja de forma colaborativa, asumiendo roles, responsabilidades y ética profesional en equipos.
- Desarrolla competencia digital básica para producir y editar piezas de contenido (texto, imagen, video corto) y usar herramientas disponibles.

Requerimientos

- Acceso a una computadora o dispositivo con conexión a Internet estable.
- Acceso a la plataforma de enseñanza o aula virtual de la institución.
- Herramientas básicas de edición de texto e imágenes (por ejemplo, procesadores de texto y una herramienta de diseño ligero para contenido visual).
- Cuenta o acceso a herramientas para creación de piezas de muestra (texto, imágenes, video corto) según lo permitido por el curso.
- Material de lectura y recursos de apoyo proporcionados por el docente.
- Espacio para la planificación y elaboración del calendario de contenidos y del plan de publicaciones.
- Rúbricas de evaluación y criterios de entrega claros para cada actividad.

Unidades del Curso

Unidad 1: Unidad 1: Análisis del cliente objetivo y segmentación de mercado

Objetivos de Aprendizaje

- Identificar características relevantes de los clientes potenciales (demográficas, psicográficas y conductuales) para cada segmento.
- Desarrollar al menos dos buyer personas representativos y justificar su relevancia para el emprendimiento.
- Analizar la segmentación de mercado y priorizar dos segmentos con base en necesidades, tamaño y oportunidad de negocio.

Contenidos Temáticos

Tema 1: Conceptos clave de buyer persona y segmentación

1. Descripción breve: definición de buyer persona y segmentación, diferencias entre ambos conceptos y su utilidad para la estrategia de mercado.

Unidad 2: Unidad 2: Diseño de presencia digital básica

Objetivos de Aprendizaje

- Diseñar la arquitectura básica de presencia digital (sitio/landing page y perfiles sociales) alineada con la marca.
- Proponer un calendario inicial de contenidos para al menos 4 semanas y seleccionar canales prioritarios.
- Identificar criterios básicos de usabilidad, accesibilidad y métricas simples para medir el desempeño.

Contenidos Temáticos

Tema 1: Arquitectura de presencia digital: sitio web o landing page

1. Descripción breve: principios de estructura, jerarquía de información y diseño orientado a objetivos (conversión/información).

Unidad 3: Unidad 3: Plan de contenidos para redes sociales

Objetivos de Aprendizaje

- Definir el tono de marca y la voz adecuada para las redes sociales de la startup.
- Identificar formatos de contenido y adaptar cada formato a las plataformas clave de la audiencia.
- Elaborar un plan de contenidos con frecuencia de publicación y objetivos específicos para cada pieza.

Contenidos Temáticos

Tema 1: Tono de marca y voz en redes sociales

1. Descripción breve: definir la personalidad de la marca, pautas de comunicación y estilo de mensajes.