

Estrategias de comunicación multicanal en plataformas digitales

Ciencias Sociales y Humanas | Comunicación

Descripción del Curso

Este curso de Comunicación está diseñado para desarrollar en los estudiantes las habilidades necesarias para analizar audiencias, seleccionar canales adecuados y diseñar mensajes efectivos en entornos multicanal. A través de cinco actividades secuenciadas, los alumnos adquieren capacidades para mapear audiencias, adaptar formatos y mantener coherencia de marca en contextos diversos.

- **Actividad 1: Análisis de audiencias y selección de canal** - Descripción breve: los estudiantes identifican audiencias objetivo para un caso hipotético y proponen los canales más adecuados. Puntos clave: segmentación, perfiles, correspondencia canal-audiencia. Aprendizajes: capacidad para mapear audiencias y elegir canales pertinentes.
- **Actividad 2: Diagnóstico de canales y formatos** - Descripción: revisión de distintos canales y selección de formatos compatibles con cada uno. Puntos clave: límites de longitud, formatos permitidos, accesibilidad. Aprendizajes: habilidad para adaptar contenido sin perder coherencia.
- **Actividad 3: Diseño de mensajes y estructura por canal** - Descripción: creación de mensajes para 2-3 canales, con estructura de lead-cuerpo-CTA. Puntos clave: tono, llamadas a la acción, claridad. Aprendizajes: capacidad de diseñar mensajes multicanal coherentes.
- **Actividad 4: Guía de estilo y tono** - Descripción: desarrollo de una mini guía de estilo para un proyecto, con ejemplos de tono por situación. Puntos clave: voz vs tono, consistencia, ejemplos de errores comunes. Aprendizajes: dominio de la coherencia de marca.
- **Actividad 5: Caso práctico — plan multicanal** - Descripción: en equipos, elaboran un plan multicanal para un producto, integrando audiencias, canales y mensajes. Puntos clave: alineación de objetivos, coherencia de marca, métricas. Aprendizajes: experiencia práctica en integración de canales y evaluación de resultados.

Objetivo:

Se evaluarán los objetivos de aprendizaje mediante un conjunto de instrumentos y criterios:

- Proyecto de Estrategia Multicanal (plan y presentación) - evalúa: identificación de audiencias, selección de canales, adaptación de mensajes y coherencia de marca.
- Ejercicios prácticos cortos (análisis de canales y mensajes) - evalúan precisión en la selección de formatos y adecuación del tono.
- Participación en debates y participación en actividades de clase - evalúan reflexión crítica y trabajo colaborativo.
- Puesta en común y retroalimentación entre pares - evalúa capacidad de síntesis y justificar decisiones.

Especificaciones: 4 semanas.

Competencias

- Analiza audiencias y mapear preferencias para adaptar mensajes y canales de forma estratégica.
- Selecciona canales apropiados y formatos adecuados en función de objetivos y audiencia.
- Diseña mensajes y estructuras por canal (lead, cuerpo, CTA) manteniendo coherencia de marca.
- Aplica una guía de estilo y tono para garantizar consistencia en distintos escenarios y formatos.
- Colabora en equipos, gestiona proyectos y comunica ideas de forma clara y persuasiva.
- Desarrolla pensamiento crítico, participa en debates y evalúa métricas para la toma de decisiones.
- Utiliza herramientas digitales y recursos multimedia para producir y presentar planes de comunicación.
- Integra criterios éticos y de responsabilidad social en prácticas de comunicación.

Requerimientos

- Asistencia y participación activa en sesiones teóricas y prácticas.
- Formación de equipos de 4-5 estudiantes para el desarrollo del Proyecto de Estrategia Multicanal.
- Entrega y presentación del plan multicanal (documento escrito y presentación oral) dentro de las fechas establecidas.
- Realización de ejercicios prácticos cortos sobre análisis de canales y mensajes.
- Participación en debates y actividades de clase para demostrar reflexión crítica y trabajo colaborativo.
- Uso obligatorio de la plataforma institucional para entregas, retroalimentación y seguimiento de avances.
- Compromiso con la integridad académica y citación adecuada de fuentes cuando corresponda.
- Requisitos técnicos mínimos: acceso a internet estable, procesador de textos y herramientas de edición/presentación.

Unidades del Curso

Unidad 1: Unidad 1: Estrategias de comunicación multicanal en plataformas digitales

Objetivos de Aprendizaje

1. Identificar audiencias objetivo relevantes para distintas plataformas digitales y comprender sus necesidades y comportamientos.
2. Analizar las condiciones y formatos característicos de cada canal para adaptar el contenido sin perder coherencia de marca.
3. Diseñar mensajes y formatos adaptados a cada canal manteniendo el tono y la identidad de la marca.
4. Evaluar campañas multicanal reales y proponer mejoras basadas en datos de audiencia y rendimiento.

Contenidos Temáticos

Tema 1: Audiencias objetivo y selección de canal

Descripción corta: En este tema se identifican audiencias objetivo y se seleccionan los canales adecuados para cada segmento, considerando preferencias, comportamientos y momentos de consumo.

1. Definición de audiencias objetivo y creación de perfiles o personas.
2. Mapeo de comportamientos y hábitos en plataformas digitales.
3. Coincidencia entre audiencia y canal para maximizar alcance y relevancia.