

¿Sabes lo que sabes? Comunicación efectiva para compartir y monetizar tu conocimiento

Comunicación y Relaciones Interpersonales | Habilidades de Comunicación Efectiva | para adultos en educación para el trabajo | 4 semanas

Descripción del Curso

Este curso está diseñado para adultos en educación para el trabajo interesados en desarrollar habilidades de comunicación efectiva enfocadas en identificar, expresar y monetizar su conocimiento. A lo largo de cuatro semanas, los participantes aprenderán a reconocer sus propias competencias y saberes, y a comunicarlos de forma clara, persuasiva y estratégica para generar oportunidades laborales o de emprendimiento.

El curso está dirigido a personas que desean potenciar su capacidad comunicativa para transmitir sus ideas, experiencias y conocimientos en contextos laborales y comerciales. Se emplearán metodologías prácticas, participativas y orientadas a la aplicación real, con ejercicios de autoconocimiento, comunicación verbal y no verbal, técnicas de presentación y estrategias para la comercialización del conocimiento.

Al finalizar, los estudiantes serán capaces de estructurar mensajes efectivos que reflejen su expertise, utilizar herramientas para compartir su saber en diferentes plataformas y diseñar propuestas para monetizar sus habilidades, mejorando así su inserción y desempeño en el mercado laboral.

Objetivos Generales

- Analizar y reconocer sus propios conocimientos y habilidades comunicativas en contextos laborales.
- Aplicar técnicas efectivas de comunicación verbal y no verbal para transmitir ideas claramente.
- Diseñar mensajes y presentaciones orientados a comunicar su conocimiento con propósito comercial.
- Utilizar plataformas digitales básicas para difundir y compartir su saber de forma profesional.
- Elaborar propuestas prácticas para monetizar su conocimiento y generar oportunidades de trabajo o negocio.

Competencias

- Identificar y describir sus conocimientos y habilidades personales relevantes para la comunicación.
- Aplicar técnicas de comunicación verbal y no verbal para transmitir ideas con claridad y confianza.
- Diseñar presentaciones y mensajes persuasivos orientados a diferentes públicos y contextos.
- Utilizar herramientas digitales básicas para compartir su conocimiento de manera efectiva.
- Desarrollar estrategias para monetizar su conocimiento a través de propuestas y ofertas de valor.
- Evaluar y ajustar sus propias prácticas comunicativas para mejorar su impacto en entornos laborales.

Requerimientos

- Alfabetización básica en lectura y escritura.
- Conocimientos elementales en el manejo de dispositivos digitales (computadora, smartphone).
- Acceso a internet y herramientas básicas de comunicación digital (correo electrónico, redes sociales).
- Interés por compartir y comercializar su conocimiento personal o profesional.

Unidades del Curso

Unidad 1: Descubre tu conocimiento y habilidades comunicativas

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar y describir sus conocimientos personales y profesionales mediante un inventario escrito.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar sus habilidades comunicativas actuales en contextos laborales a través de la reflexión guiada y la autoevaluación.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de explicar la importancia de la comunicación efectiva para compartir su conocimiento utilizando ejemplos prácticos.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar técnicas básicas de comunicación verbal y no verbal en actividades de simulación para mejorar la transmisión de sus ideas.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de elaborar un plan personal para potenciar sus habilidades comunicativas con el fin de compartir y monetizar su conocimiento.

Contenidos Temáticos

1. Autoconocimiento de conocimientos personales y profesionales

- Definición y tipos de conocimiento: personal, profesional, tácito y explícito. Se explicará qué es cada tipo y su relevancia para el desarrollo laboral.
- Inventario de conocimientos y habilidades: cómo identificar y listar los saberes propios mediante una herramienta de inventario estructurado.
- Ejemplos prácticos de conocimientos aplicados en el trabajo y la vida diaria, para facilitar la reflexión personal.

2. Análisis de habilidades comunicativas en contextos laborales

- Concepto de comunicación efectiva: definición y componentes (verbal, no verbal, escucha activa).
- Autoevaluación de habilidades comunicativas: herramientas y preguntas guía para que el estudiante reflexione sobre su comunicación en el trabajo.
- Reconocimiento de fortalezas y áreas de mejora en la comunicación interpersonal laboral.

3. Importancia de la comunicación efectiva para compartir conocimiento

- Rol de la comunicación en la transmisión de ideas y conocimientos.
- Ejemplos prácticos de cómo una comunicación clara puede facilitar el aprendizaje y la colaboración.
- Impacto de la comunicación efectiva en la oportunidad de monetizar el conocimiento.

4. Técnicas básicas de comunicación verbal y no verbal

- Elementos de la comunicación verbal: tono, ritmo, claridad y vocabulario adecuado.
- Lenguaje corporal: postura, gestos, contacto visual y expresión facial.
- Técnicas para mejorar la expresión y recepción de mensajes en simulaciones y actividades prácticas.

5. Elaboración de un plan personal para potenciar habilidades comunicativas

- Identificación de metas personales y profesionales relacionadas con la comunicación.
- Diseño de acciones concretas para mejorar la comunicación verbal y no verbal.
- Planificación de pasos para compartir y monetizar el conocimiento a través de la mejora comunicativa.

Actividades

Actividad 1: Inventario personal de conocimientos y habilidades

Objetivo: Identificar y describir conocimientos personales y profesionales mediante un inventario escrito.

Descripción:

- Se proporciona a los estudiantes una plantilla con categorías para listar conocimientos y habilidades (por ejemplo: técnicos, sociales, experiencia laboral, hobbies relevantes).
- Los estudiantes completan la plantilla individualmente, reflexionando sobre su experiencia y aprendizajes.
- Se realiza una breve puesta en común para compartir algunos ejemplos y aclarar dudas.

Organización: Individual

Producto esperado: Inventario escrito de conocimientos y habilidades.

Duración estimada: 45 minutos

Actividad 2: Autoevaluación y reflexión sobre habilidades comunicativas

Objetivo: Analizar habilidades comunicativas actuales en contextos laborales mediante reflexión guiada y autoevaluación.

Descripción:

- Se entrega a los estudiantes una lista de preguntas guía para la autoevaluación (por ejemplo: ¿Cómo me comunico con mis compañeros? ¿Escucho activamente? ¿Uso un lenguaje claro?).
- Individualmente, responden y reflexionan, anotando fortalezas y áreas de mejora.
- En parejas, comparten sus reflexiones y comentan posibles estrategias para mejorar.

Organización: Individual y parejas

Producto esperado: Registro escrito de autoevaluación y reflexión.

Duración estimada: 50 minutos

Actividad 3: Análisis de casos y ejemplos de comunicación efectiva

Objetivo: Explicar la importancia de la comunicación efectiva para compartir conocimiento usando ejemplos prácticos.

Descripción:

- Se presentan varios casos breves donde la comunicación efectiva o inefectiva influye en el resultado del trabajo.
- En grupos pequeños, los estudiantes analizan cada caso y discuten qué estrategias comunicativas fueron exitosas o fallidas.
- Cada grupo comparte sus conclusiones con el resto de la clase.

Organización: Grupos pequeños y plenaria

Producto esperado: Análisis escrito o verbal de casos con ejemplos claros.

Duración estimada: 60 minutos

Actividad 4: Simulación y práctica de técnicas de comunicación verbal y no verbal

Objetivo: Aplicar técnicas básicas de comunicación verbal y no verbal para mejorar la transmisión de ideas.

Descripción:

- Se explica brevemente técnicas clave: control del tono de voz, ritmo, lenguaje corporal, contacto visual.
- En parejas o pequeños grupos, los estudiantes realizan simulaciones de presentación o explicación de un tema conocido.
- Se da retroalimentación entre compañeros y el docente sobre aspectos a fortalecer.

Organización: Parejas o grupos pequeños

Producto esperado: Ejecución práctica y mejora observable en la comunicación.

Duración estimada: 70 minutos

Actividad 5: Diseño de un plan personal para potenciar habilidades comunicativas

Objetivo: Elaborar un plan personal para mejorar habilidades comunicativas orientadas a compartir y monetizar conocimientos.

Descripción:

- Se guía a los estudiantes para identificar objetivos específicos relacionados con la comunicación.
- Elaboran un plan con acciones concretas, recursos necesarios y plazos para alcanzarlos.
- Se realiza una revisión grupal para recibir sugerencias y fortalecer los planes.

Organización: Individual y revisión grupal

Producto esperado: Plan personal escrito de desarrollo comunicativo.

Duración estimada: 60 minutos

Evaluación

Evaluación diagnóstica

Qué se evalúa: Nivel inicial de conocimientos personales y habilidades comunicativas.

Cómo se evalúa: Mediante una breve encuesta o cuestionario inicial que incluye preguntas sobre experiencias previas y autopercepción comunicativa.

Instrumento sugerido: Cuestionario impreso o digital con preguntas abiertas y cerradas.

Evaluación formativa

Qué se evalúa: Progreso en la identificación de conocimientos, reflexión sobre habilidades comunicativas y aplicación de técnicas.

Cómo se evalúa: Revisión continua de los inventarios, autoevaluaciones, análisis de casos y desempeño en simulaciones.

Instrumento sugerido: Rúbrica para actividades prácticas, listas de cotejo y observación directa por parte del docente.

Evaluación sumativa

Qué se evalúa: Capacidad para identificar y describir conocimientos, analizar habilidades, explicar la importancia de la comunicación, aplicar técnicas y diseñar un plan personal.

Cómo se evalúa: Entrega y presentación del inventario, plan personal escrito, y desempeño en simulaciones finales.

Instrumento sugerido: Rúbrica integral que considere claridad, profundidad del inventario, reflexión crítica, aplicación práctica de técnicas y calidad del plan personal.

Unidad 2: Fundamentos de la comunicación efectiva

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar los principios básicos de la comunicación verbal y no verbal en situaciones laborales cotidianas.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar técnicas para mejorar la claridad y la confianza al expresar ideas en presentaciones orales.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar diferentes tipos de público y adaptar mensajes para lograr una comunicación efectiva según el contexto.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de evaluar su propio estilo comunicativo y proponer mejoras para optimizar la transmisión de su conocimiento.

Contenidos Temáticos

1. Introducción a la comunicación efectiva

- Definición y relevancia de la comunicación en el ámbito laboral: Se explicará qué es la comunicación efectiva y por qué es fundamental para compartir y monetizar conocimientos.
- Elementos del proceso comunicativo: Emisor, receptor, mensaje, canal, código, contexto y retroalimentación.

2. Principios básicos de la comunicación verbal y no verbal

- Comunicación verbal: características, tipos (oral y escrita) y su importancia en el trabajo.
- Comunicación no verbal: lenguaje corporal, expresiones faciales, gestos, postura, contacto visual y su impacto en la comunicación.
- Coherencia entre comunicación verbal y no verbal: cómo evitar mensajes contradictorios.
- Barreras comunes en la comunicación laboral: físicas, psicológicas, semánticas y culturales.

3. Técnicas para mejorar la claridad y confianza en la expresión oral

- Organización del discurso: estructura básica (introducción, desarrollo y conclusión).
- Uso de un lenguaje claro, preciso y adecuado para el público.
- Técnicas para controlar el nerviosismo: respiración, postura, ritmo y pausas.
- Uso efectivo de la voz: volumen, entonación, velocidad y modulación.
- Apoyo visual y su correcta utilización para reforzar el mensaje.

4. Análisis y adaptación del mensaje según el tipo de público

- Identificación de tipos de público: expertos, principiantes, clientes, compañeros y superiores.
- Factores a considerar para adaptar el mensaje: nivel de conocimiento, intereses, necesidades y contexto cultural.
- Estrategias para personalizar el mensaje y lograr mayor impacto y comprensión.
- Ejemplos prácticos de adaptación de mensajes en diferentes contextos laborales.

5. Autoevaluación y mejora del estilo comunicativo

- Identificación del propio estilo comunicativo: directo, indirecto, formal, informal, asertivo, pasivo o agresivo.
- Herramientas para la autoevaluación: grabaciones, feedback de compañeros y autoinforme.
- Propuesta de mejoras basadas en fortalezas y áreas de oportunidad.
- Plan de acción para mejorar la comunicación personal y profesional.

Actividades

1. Análisis de casos: Identificación de comunicación verbal y no verbal

Objetivo: Identificar los principios básicos de la comunicación verbal y no verbal en situaciones laborales cotidianas.

Descripción:

- El docente presenta videos o situaciones simuladas de comunicación laboral.
- Los estudiantes observan y registran ejemplos de comunicación verbal y no verbal.

- En grupos, discuten cómo estas formas de comunicación influyen en la interpretación del mensaje.
- Se comparten conclusiones con toda la clase para reforzar conceptos.

Organización: Grupos pequeños (3-4 personas)

Producto esperado: Lista de ejemplos y análisis compartido en plenaria.

Duración: 45 minutos

2. Taller de expresión oral: Preparación y presentación de un mensaje claro y confiado

Objetivo: Aplicar técnicas para mejorar la claridad y confianza al expresar ideas en presentaciones orales.

Descripción:

- Cada estudiante elige un tema relacionado con su área laboral o conocimiento personal.
- Organizan su discurso con introducción, desarrollo y conclusión.
- Practican técnicas de control de nervios, modulación de voz y uso de apoyos visuales simples.
- Realizan presentaciones orales de 3-5 minutos frente al grupo.
- Reciben retroalimentación constructiva de compañeros y docente.

Organización: Individual, presentación en grupo

Producto esperado: Presentación oral grabada o en vivo y lista de retroalimentación recibida.

Duración: 90 minutos

3. Análisis y adaptación del mensaje según el público

Objetivo: Analizar diferentes tipos de público y adaptar mensajes para lograr una comunicación efectiva según el contexto.

Descripción:

- Se presenta un mensaje estándar (por ejemplo, explicación de un producto o servicio).
- En parejas, los estudiantes identifican tres tipos de público distintos.
- Adaptan el mensaje original para cada tipo de público, modificando lenguaje, ejemplos y tono.
- Comparten las adaptaciones con el grupo y discuten la efectividad de cada una.

Organización: Parejas

Producto esperado: Tres versiones adaptadas del mensaje y justificación de los cambios.

Duración: 60 minutos

4. Autoevaluación y plan de mejora comunicativa

Objetivo: Evaluar el propio estilo comunicativo y proponer mejoras para optimizar la transmisión de conocimiento.

Descripción:

- Los estudiantes completan un cuestionario de autoevaluación sobre su estilo comunicativo.
- Revisan grabaciones propias de presentaciones o intervenciones previas (puede ser de la actividad anterior).

- Identifican fortalezas y áreas de oportunidad.
- Elaboran un plan de acción personal con metas concretas para mejorar su comunicación.
- Comparten el plan con un compañero para recibir comentarios.

Organización: Individual con retroalimentación en parejas

Producto esperado: Plan escrito de mejora comunicativa.

Duración: 60 minutos

Evaluación

Evaluación diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre comunicación verbal y no verbal, y habilidades básicas para expresarse.

Cómo se evalúa: Cuestionario breve de opción múltiple y preguntas abiertas sobre experiencias previas de comunicación en el trabajo.

Instrumento sugerido: Formato impreso o digital con preguntas diseñadas para identificar conceptos básicos y actitudes frente a la comunicación.

Evaluación formativa

Qué se evalúa: Aplicación de técnicas para mejorar la expresión oral, análisis y adaptación de mensajes, y autoevaluación del estilo comunicativo.

Cómo se evalúa: Observación directa durante actividades, revisión de productos (presentaciones, adaptaciones de mensajes, planes de mejora), y retroalimentación entre pares.

Instrumento sugerido: Rúbricas de evaluación para presentaciones orales y adaptaciones de mensajes; listas de cotejo para autoevaluación y planes de mejora.

Evaluación sumativa

Qué se evalúa: Capacidad para identificar principios de comunicación verbal y no verbal, aplicar técnicas de expresión oral, adaptar mensajes según público y evaluar su estilo comunicativo con propuestas de mejora.

Cómo se evalúa: Examen práctico donde el estudiante realiza una presentación oral adaptada a un público específico, seguida de un análisis escrito sobre su estilo comunicativo y plan de mejora.

Instrumento sugerido: Rúbrica para evaluación de presentación oral y formato de análisis escrito.

Unidad 3: Estrategias para comunicar y presentar tu conocimiento

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar mensajes persuasivos adaptados a su público objetivo, utilizando técnicas claras y efectivas para comunicar su conocimiento.

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de elaborar presentaciones multimedia que integren recursos digitales y visuales, con el fin de captar y mantener la atención de la audiencia.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar estrategias de comunicación verbal y no verbal durante sus presentaciones para fortalecer la transmisión de su mensaje.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de seleccionar y utilizar herramientas digitales básicas para crear y difundir sus presentaciones de manera profesional.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de evaluar la efectividad de sus presentaciones mediante retroalimentación y autoevaluación, proponiendo mejoras para futuras comunicaciones.

Contenidos Temáticos

1. Diseño de mensajes persuasivos

- **Características del público objetivo:** Identificación de necesidades, intereses y problemas para adaptar el mensaje.
- **Estructura del mensaje persuasivo:** Introducción clara, argumentos sólidos, uso de evidencias y llamada a la acción.
- **Técnicas de persuasión:** Uso del lenguaje positivo, apelación a emociones, ejemplos concretos, storytelling y técnicas de repetición.
- **Claridad y sencillez en el mensaje:** Uso de un lenguaje claro, conciso y directo para facilitar la comprensión.

2. Elaboración de presentaciones multimedia efectivas

- **Selección de contenido relevante:** Filtrado y organización lógica de la información para la presentación.
- **Diseño visual:** Uso adecuado de colores, tipografías, imágenes, gráficos y espacios para facilitar la lectura y atención.
- **Integración de recursos digitales:** Incorporación de videos, audios, animaciones y enlaces interactivos para enriquecer la presentación.
- **Uso de software básico para presentaciones:** Introducción a herramientas como PowerPoint, Google Slides, Canva y Prezi.

3. Estrategias de comunicación verbal y no verbal

- **Comunicación verbal efectiva:** Tono de voz, ritmo, volumen, uso de pausas y pronunciación clara.
- **Comunicación no verbal:** Lenguaje corporal, gestos, contacto visual, expresiones faciales y postura.
- **Manejo del espacio y la audiencia:** Movimientos y ubicación para mantener la atención y generar cercanía.
- **Control de nervios y manejo del estrés:** Técnicas para mantener la calma y proyectar seguridad.

4. Uso de herramientas digitales para crear y difundir presentaciones

- **Exploración de plataformas digitales:** Características y funcionalidades de herramientas para crear presentaciones y difundirlas (YouTube, Slideshare, redes sociales).
- **Subida y compartición de presentaciones:** Procedimientos para publicar y distribuir contenido digital.
- **Configuración básica para presentaciones online:** Uso de plataformas como Zoom, Google Meet para presentar en vivo.
- **Aspectos técnicos básicos:** Formatos de archivo, resolución y compatibilidad.

5. Evaluación y mejora continua de presentaciones

- **Recopilación de retroalimentación:** Técnicas para solicitar y recibir comentarios constructivos de la audiencia y colegas.
- **Autoevaluación:** Reflexión crítica sobre el desempeño y el contenido de la presentación.
- **Identificación de áreas de mejora:** Análisis de fortalezas y debilidades para planear ajustes futuros.
- **Implementación de mejoras:** Aplicación práctica de cambios basados en la evaluación para optimizar futuras presentaciones.

Actividades

Actividad 1: Análisis y diseño de un mensaje persuasivo

Objetivo: Diseñar mensajes persuasivos adaptados a un público específico.

Descripción:

- Los estudiantes seleccionan un tema o conocimiento que desean compartir o monetizar.
- Identifican y describen el público objetivo: sus características, intereses y necesidades.
- Diseñan un mensaje escrito que incluya introducción, argumentos persuasivos y una llamada a la acción.
- Comparten el mensaje con un compañero para recibir retroalimentación.

Organización: Individual y trabajo en parejas.

Producto esperado: Mensaje persuasivo escrito adaptado a un público definido.

Duración estimada: 1.5 horas.

Actividad 2: Creación de una presentación multimedia básica

Objetivo: Elaborar presentaciones multimedia que integren recursos digitales para captar la atención.

Descripción:

- El estudiante recopila la información necesaria para una presentación sobre su tema de conocimiento.
- Diseña una presentación usando software básico (PowerPoint, Google Slides o Canva), aplicando principios de diseño visual.
- Incluye al menos dos tipos de recursos digitales (imágenes, videos, gráficos o audios).
- Presenta su trabajo al grupo y recibe retroalimentación para mejorar el diseño y contenido.

Organización: Individual y trabajo en grupos pequeños.

Producto esperado: Presentación multimedia digital con recursos integrados.

Duración estimada: 3 horas.

Actividad 3: Práctica de comunicación verbal y no verbal

Objetivo: Aplicar estrategias de comunicación verbal y no verbal para fortalecer la transmisión del mensaje.

Descripción:

- El estudiante prepara una breve exposición (3-5 minutos) sobre un tema conocido.
- Realiza la presentación frente al grupo, poniendo énfasis en el uso del tono de voz, ritmo, gestos, contacto visual y postura.
- Los compañeros observan y registran observaciones sobre aspectos verbales y no verbales.
- Se realiza una retroalimentación grupal para identificar fortalezas y áreas de mejora.

Organización: Individual con participación grupal para retroalimentación.

Producto esperado: Presentación oral breve y lista de retroalimentación recibida.

Duración estimada: 2 horas.

Actividad 4: Publicación y evaluación de una presentación digital

Objetivo: Seleccionar y utilizar herramientas digitales para crear y difundir presentaciones, y evaluar su efectividad.

Descripción:

- El estudiante sube su presentación multimedia a una plataforma digital (YouTube, Slideshare, Google Drive, etc.) y comparte el enlace.
- Solicita retroalimentación a al menos tres personas externas al curso.
- Realiza una autoevaluación escrita sobre su presentación, considerando contenido, diseño, comunicación y recepción.
- Propone un plan de mejora basado en la retroalimentación y su autoevaluación.

Organización: Individual.

Producto esperado: Presentación publicada, reporte de retroalimentación, autoevaluación y plan de mejora.

Duración estimada: 3 horas distribuidas en varias sesiones.

Evaluación

Evaluación diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre comunicación, presentación y uso de herramientas digitales.

Cómo se evalúa: Mediante un cuestionario breve y una discusión inicial en grupo sobre experiencias previas.

Instrumento sugerido: Cuestionario escrito o digital con preguntas abiertas y cerradas; guía para la discusión.

Evaluación formativa

Qué se evalúa: Progreso en diseño de mensajes, elaboración de presentaciones y aplicación de estrategias comunicativas.

Cómo se evalúa: Observación directa durante actividades, revisión de borradores, retroalimentación entre pares y autoevaluaciones parciales.

Instrumento sugerido: Rúbricas para mensajes persuasivos y presentaciones, listas de cotejo para comunicación verbal y no verbal.

Evaluación sumativa

Qué se evalúa: Producto final: presentación multimedia publicada, calidad comunicativa y plan de mejora propuesto.

Cómo se evalúa: Revisión y calificación de la presentación, análisis del plan de mejora y autoevaluación final.

Instrumento sugerido: Rúbrica integral que considere contenido, diseño, comunicación, uso de herramientas digitales y reflexión crítica.

Unidad 4: Monetiza tu conocimiento: propuestas y herramientas

Objetivos de Aprendizaje

- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar diferentes formas de monetizar su conocimiento mediante la elaboración de ofertas de valor claras y concretas.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de utilizar plataformas digitales seleccionadas para difundir y vender su conocimiento, aplicando criterios básicos de profesionalismo y alcance.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar propuestas prácticas que integren estrategias de negociación y cierre de oportunidades para comercializar su saber.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar y seleccionar las herramientas digitales más adecuadas para maximizar la difusión y monetización de su conocimiento.
- Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar técnicas de comunicación efectiva para presentar y argumentar su oferta de valor en contextos de venta y negociación.

Contenidos Temáticos

1. Introducción a la monetización del conocimiento

- Concepto de monetización del conocimiento: definición y relevancia en el contexto actual.
- Tipos de conocimiento que se pueden monetizar: explícito, tácito y aplicado.
- Panorama general de las oportunidades para compartir y vender saberes: cursos, consultorías, asesorías, contenidos digitales, etc.

2. Elaboración de ofertas de valor claras y concretas

- Definición y componentes de una oferta de valor.
- Identificación del público objetivo y sus necesidades.
- Construcción de beneficios y soluciones que ofrece el conocimiento.
- Redacción de propuestas claras, atractivas y diferenciadoras.
- Ejemplos prácticos y análisis de ofertas de valor exitosas.

3. Plataformas digitales para difusión y venta del conocimiento

- Tipos de plataformas digitales: marketplaces educativos, redes sociales, sitios web propios, apps de contenido, etc.
- Criterios para seleccionar plataformas adecuadas: alcance, funcionalidad, costos, facilidad de uso, profesionalismo.
- Configuración básica y publicación de contenido en plataformas seleccionadas.
- Buenas prácticas para maximizar la visibilidad y credibilidad en plataformas digitales.
- Aspectos legales y éticos en la venta de conocimiento digital.

4. Estrategias de negociación y cierre de oportunidades

- Principios básicos de la negociación efectiva aplicada a la comercialización de conocimiento.
- Preparación para la negociación: información, objetivos y alternativas.
- Técnicas de comunicación para argumentar y defender la oferta de valor.
- Manejo de objeciones y cierre de ventas o acuerdos.
- Seguimiento post-negociación para fidelización y generación de nuevas oportunidades.

5. Análisis y selección de herramientas digitales para potenciar la monetización

- Tipos de herramientas digitales: para creación de contenido, marketing, gestión de clientes, pagos y cobros, análisis de resultados.
- Criterios para evaluar herramientas según necesidades y recursos personales.
- Demostración y comparación práctica de herramientas relevantes (ejemplos: Canva, Mailchimp, PayPal, Google Analytics).
- Integración de herramientas para optimizar la difusión y venta del conocimiento.
- Planificación de un ecosistema digital personal para la monetización continua.

6. Comunicación efectiva en contextos de venta y negociación

- Elementos clave de la comunicación efectiva: claridad, empatía, lenguaje corporal, escucha activa.
- Adaptación del mensaje a diferentes públicos y contextos de venta.
- Técnicas para presentar y argumentar la oferta de valor con impacto.
- Uso de herramientas digitales para mejorar la presentación y comunicación (videos, presentaciones, chats en vivo).
- Prácticas para mejorar la confianza y seguridad al comunicar la propuesta.

Actividades

Actividad 1: Construcción de una oferta de valor personalizada

Objetivo: Identificar diferentes formas de monetizar el conocimiento mediante la elaboración de ofertas de valor claras y concretas.

Descripción:

- Cada estudiante identifica un conocimiento o habilidad que posee y que desea monetizar.
- Realiza un análisis de su público objetivo y necesidades específicas.
- Redacta una oferta de valor clara, destacando beneficios y soluciones.
- Presenta su oferta ante un compañero para recibir retroalimentación.

Organización: Individual con retroalimentación en parejas.

Producto esperado: Documento escrito con la oferta de valor y resumen de la retroalimentación recibida.

Duración estimada: 1.5 horas.

Actividad 2: Exploración y selección de plataformas digitales

Objetivo: Utilizar plataformas digitales seleccionadas para difundir y vender el conocimiento, aplicando criterios básicos de profesionalismo y alcance.

Descripción:

- Se forman grupos pequeños para investigar diferentes plataformas digitales disponibles para comercializar conocimiento.
- Cada grupo realiza un análisis comparativo basado en criterios como alcance, costos, facilidad de uso y profesionalismo.
- Presentan sus conclusiones y recomiendan la plataforma más adecuada para distintos tipos de ofertas.
- Discusión grupal sobre las ventajas y desventajas de cada plataforma.

Organización: Grupos de 3-4 estudiantes.

Producto esperado: Informe comparativo y presentación grupal.

Duración estimada: 2 horas.

Actividad 3: Simulación de negociación y cierre de venta

Objetivo: Diseñar propuestas prácticas que integren estrategias de negociación y cierre de oportunidades para comercializar el saber.

Descripción:

- En parejas, un estudiante actúa como vendedor y otro como cliente potencial.
- El "vendedor" presenta su oferta de valor y utiliza técnicas de comunicación para argumentar y negociar condiciones.
- El "cliente" plantea objeciones y preguntas para simular un proceso real.
- Intercambian roles y repiten la dinámica.

- Reflexión grupal sobre las técnicas usadas y áreas de mejora.

Organización: Parejas.

Producto esperado: Registro escrito o grabación breve de la negociación y autoevaluación.

Duración estimada: 1.5 horas.

Actividad 4: Diseño de un plan digital para monetizar conocimiento

Objetivo: Analizar y seleccionar herramientas digitales adecuadas para maximizar la difusión y monetización del conocimiento y aplicar técnicas de comunicación efectiva para presentar la oferta.

Descripción:

- De manera individual, cada estudiante elabora un plan que integre:
 - Selección de al menos tres herramientas digitales (plataformas y apps) para difusión, gestión y cobro.
 - Estrategias de comunicación para presentar y promocionar su oferta digital.
 - Un cronograma con acciones concretas para implementar el plan.
- Presentan su plan en una exposición breve frente al grupo, usando técnicas de comunicación efectiva.

Organización: Individual con presentación grupal.

Producto esperado: Documento del plan digital y presentación oral.

Duración estimada: 2 horas.

Evaluación

Evaluación diagnóstica

Qué se evalúa: Conocimientos previos sobre monetización del conocimiento, uso de plataformas digitales y habilidades básicas de comunicación en negociación.

Cómo se evalúa: Cuestionario inicial con preguntas abiertas y de opción múltiple, y reflexión breve sobre experiencias previas.

Instrumento sugerido: Cuestionario digital o papel, y dinámica de lluvia de ideas.

Evaluación formativa

Qué se evalúa: Progreso en la elaboración de ofertas de valor, análisis de plataformas, aplicación de técnicas de negociación y selección de herramientas digitales.

Cómo se evalúa: Observación directa durante actividades, revisión de productos parciales (borradores, informes, simulaciones), retroalimentación entre pares y autoevaluación.

Instrumento sugerido: Rúbricas para ofertas de valor, informes comparativos, guías para simulaciones y listas de cotejo para planes digitales.

Evaluación sumativa

Qué se evalúa: Capacidad para integrar y aplicar los conocimientos y habilidades en un plan de monetización digital completo, acompañado de una presentación efectiva de la oferta.

Cómo se evalúa: Evaluación del plan digital entregado y la presentación oral, utilizando criterios de claridad, coherencia, aplicación práctica, selección adecuada de herramientas y comunicación efectiva.

Instrumento sugerido: Rúbrica de evaluación final para plan y presentación, con indicadores específicos para cada objetivo de la unidad.