GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Marketing Digital y Redes Sociales	**ASIGNATURA:** Marketing de Contenidos
UNIDAD 1:Planificación de contenido digital	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Planificación y organización de contenido digital mediante calendarios editoriales	
OBJETIVO: Desarrollar en el estudiante habilidades básicas para la planificación de contenido digital, identificando estrategias, temáticas relevantes y herramientas para la organización de publicaciones en entornos digitales.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 15 Horas	

1. **FUNDAMENTOS:** La planificación estratégica de contenido digital constituye una parte fundamental del marketing de contenidos, ya que permite organizar publicaciones, definir objetivos comunicacionales e identificar las necesidades de las audiencias digitales. El uso de calendarios editoriales y herramientas de planificación facilita la estructuración del contenido y mejora la organización de estrategias digitales.

   En esta práctica, los estudiantes desarrollarán ejercicios relacionados con la identificación de audiencias, selección de temáticas relevantes y organización de contenido mediante herramientas digitales de planificación.

2. **OBJETIVOS A ALCANZAR:**

   - Reconocer la importancia de la planificación estratégica de contenido digital.
   - Identificar audiencias y necesidades de contenido.
   - Organizar temáticas relevantes para publicaciones digitales.
   - Utilizar herramientas digitales para planificación de contenido.
   - Elaborar calendarios editoriales básicos para redes sociales.

.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento:

Análisis de audiencias digitales y planificación estratégica de contenido en función de objetivos comunicacionales.

Destrezas sensoriales:

Observación y reconocimiento de herramientas digitales utilizadas para la organización de contenido.

Destrezas motoras:

Uso de plataformas digitales para organización de publicaciones y elaboración de calendarios editoriales.

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

Se evaluará:

- Identificación adecuada de audiencias digitales.
- Organización de contenido según objetivos comunicacionales.
- Uso correcto de herramientas digitales de planificación.
- Elaboración de calendarios editoriales básicos.
- Participación activa en actividades prácticas colaborativas.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

El estudiante deberá:

- Revisar los contenidos teóricos relacionados con marketing de contenidos y planificación digital.
- Investigar conceptos relacionados con audiencias digitales, contenido estratégico y calendarios editoriales.
- Revisar como bibliografía principal:

Martínez Polo, Josep M.; Martínez Sánchez, Jesús; Parra Meroño, M. Concepción (2020). Marketing digital. Editorial Los Libertadores. ISBN: 9789585478312.

Especialmente los temas relacionados con:

- estrategias de contenido digital
- planificación de publicaciones
- comunicación digital
- marketing en redes sociales

- Revisar como bibliografía complementaria:

Shum, Yi Min (2020). Marketing digital, Herramientas, Técnicas y Estrategias (2ª Edición). Rama Editorial. ISBN: 9788499649153.

Para reforzar conocimientos sobre:

- herramientas digitales
- organización de campañas
- plataformas de marketing digital

- **Sanagustín, Eva (2016). Vender más con marketing digital. Ecoe Ediciones. ISBN: 9789587713589.**

Para analizar:

- estrategias de contenido
- interacción digital
- generación de valor mediante contenidos digitales

- Observar ejemplos reales de planificación de contenido en redes sociales y plataformas digitales..

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

Los estudiantes desarrollarán un ejercicio práctico de planificación de contenido digital, donde identificarán una audiencia específica y analizarán sus principales características relacionadas con:

- intereses
- comportamiento digital
- necesidades de información
- tipo de contenido de preferencia

Posteriormente, seleccionarán temáticas relevantes orientadas a la audiencia identificada, organizando ideas de contenido para diferentes plataformas digitales.

A continuación, utilizarán herramientas digitales de planificación para estructurar un calendario editorial, considerando:

- fechas de publicación

- tipo de contenido
- formato digital
- plataformas de difusión
- frecuencia de publicaciones
- objetivos comunicacionales

El docente realizará acompañamiento durante el desarrollo de la práctica, orientando la correcta organización estratégica del contenido y el uso adecuado de herramientas digitales de planificación.

Finalmente, los estudiantes presentarán el calendario editorial elaborado y explicarán la relación entre la audiencia seleccionada, las temáticas propuestas y la estrategia de contenido desarrollada.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- **Ambiente seguro:**

  Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El aula o en casa (modalidad en línea) debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- **Supervisión:**

  El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- **Protocolos de interacción:**

  Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- **Materiales y recursos:**

  El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- **Salud y bienestar:**

  Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán

los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable
8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS. La actividad fortalece la creatividad, la organización, la responsabilidad y el trabajo colaborativo, promoviendo habilidades de planificación y comunicación en entornos digitales.
9. CONCLUSIONES: La práctica permite que los estudiantes comprendan la importancia de la planificación estratégica de contenido digital y la organización de publicaciones mediante herramientas digitales.
10. RECOMENDACIONES: Se recomienda que los estudiantes continúen explorando herramientas de planificación de contenido y analicen estrategias digitales utilizadas por marcas y organizaciones en diferentes plataformas.

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Marketing Digital y Redes Sociales	**ASIGNATURA:** Marketing de Contenidos
UNIDAD 2: **Producción y edición de contenido digital**	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Creación, adaptación y optimización de contenido digital para diferentes plataformas	
OBJETIVO: Aplicar conocimientos previos de edición y postproducción para la creación de contenidos digitales optimizados, orientados a diferentes plataformas y objetivos de comunicación.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 25 Horas	

3. FUNDAMENTOS:

La producción de contenido digital es un componente esencial del marketing de contenidos, ya que permite transformar ideas en materiales visuales y audiovisuales adaptados a diferentes plataformas digitales. La coherencia visual, la calidad del contenido y su adaptación a redes sociales son elementos fundamentales para lograr una comunicación efectiva.

En esta práctica, los estudiantes desarrollarán actividades orientadas a la creación, edición y adaptación de contenidos digitales, aplicando criterios básicos de diseño, comunicación visual y optimización para redes sociales.

4. OBJETIVOS A ALCANZAR:

- Reconocer la importancia de la producción de contenido digital.
- Aplicar técnicas básicas de edición y adaptación de contenido.
- Optimizar contenido visual y audiovisual para redes sociales.
- Mantener coherencia visual en piezas digitales.
- Adaptar contenido a diferentes plataformas digitales

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento:

Análisis de contenido digital y selección de estrategias de adaptación según la plataforma.

Destrezas sensoriales:

Observación de elementos visuales, composición gráfica y calidad audiovisual en contenidos digitales.

Destrezas motoras:

Uso de herramientas digitales para edición, adaptación y optimización de contenido visual y audiovisual.

6. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

Se evaluará:

- Calidad en la producción de contenido digital.
- Aplicación correcta de técnicas básicas de edición.
- Adaptación adecuada del contenido a diferentes plataformas.
- Coherencia visual en los materiales creados.
- Participación activa en la producción de contenido.

7. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

El estudiante deberá:

- Revisar contenidos teóricos sobre producción de contenido digital y comunicación visual.
- Analizar ejemplos de contenido digital en redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube).
- Revisar la bibliografía básica:

  Martínez Polo, Josep M.; Martínez Sánchez, Jesús; Parra Meroño, M. Concepción (2020). Marketing digital. Editorial Los Libertadores. ISBN: 9789585478312.

- Revisar bibliografía complementaria:

Shum, Yi Min (2020). Marketing digital, Herramientas, Técnicas y Estrategias (2ª Edición). Rama Editorial. ISBN: 9788499649153.

Sanagustín, Eva (2016). Vender más con marketing digital. Ecoe Ediciones. ISBN: 9789587713589.

- Contar con acceso a internet y herramientas digitales de edición (Canva u otras plataformas similares).

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

Paso 1: Análisis del material base

El estudiante selecciona un contenido digital (imagen o video) y realiza un análisis inicial identificando aspectos a mejorar como calidad visual, claridad del mensaje, coherencia estética y adecuación al formato digital.

Paso 2: Definición de la propuesta de mejora

El estudiante determina los cambios que realizará al contenido, estableciendo criterios de mejora relacionados con composición visual, colores, elementos gráficos y adaptación al objetivo comunicacional.

Paso 3: Selección de herramientas digitales

El estudiante elige la herramienta de edición digital más adecuada (por ejemplo, Canva u otra plataforma de edición), considerando las necesidades del contenido a trabajar.

Paso 4: Edición del contenido

El estudiante aplica técnicas de edición y postproducción, tales como recorte, ajuste de tamaño, corrección de color, incorporación de texto, elementos gráficos y mejora general de la calidad audiovisual.

Paso 5: Optimización del contenido

El estudiante optimiza el material generado para su correcta visualización en redes sociales, ajustando formatos, dimensiones y resolución según la plataforma de difusión.

Paso 6: Adaptación multiplataforma

El estudiante adapta el contenido a diferentes redes sociales, modificando su estructura visual según los requerimientos de cada plataforma digital.

Paso 7: Revisión de coherencia visual

El estudiante verifica que el contenido final mantenga coherencia estética, calidad técnica y un mensaje claro y alineado al objetivo comunicacional.

Paso 8: Presentación del producto final

El estudiante presenta el contenido digital finalizado, explicando el proceso de producción, las técnicas utilizadas y las mejoras aplicadas durante la postproducción.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- **Ambiente seguro:**

  Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El aula o en casa (modalidad en línea) debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- **Supervisión:**

  El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- **Protocolos de interacción:**

  Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- **Materiales y recursos:**

  El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- **Salud y bienestar:**

  Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS.

La actividad fomenta la creatividad, la responsabilidad, el trabajo colaborativo y el pensamiento crítico, fortaleciendo la capacidad de comunicación visual en entornos digitales.

9. CONCLUSIONES:

La práctica permite que los estudiantes desarrollen habilidades en la producción y adaptación de contenido digital, comprendiendo la importancia de la coherencia visual y la calidad en la comunicación digital.

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda que los estudiantes continúen practicando el uso de herramientas de edición digital y analicen tendencias de contenido visual en redes sociales para mejorar sus competencias en marketing de contenidos.

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Marketing Digital y Redes Sociales	ASIGNATURA: Marketing de Contenidos
UNIDAD 3: Publicación, medición y optimización de contenido digital	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Análisis de métricas y optimización de contenido digital en redes sociales	
OBJETIVO: Evaluar y optimizar la efectividad del contenido digital mediante el análisis de métricas básicas, la adaptación multiplataforma y la mejora continua de estrategias de marketing de contenidos.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 20 Horas	

5. FUNDAMENTOS:

La publicación y medición de contenido digital permite evaluar el impacto de las estrategias de marketing de contenidos en diferentes plataformas digitales. A través del análisis de métricas básicas como alcance, interacciones, visualizaciones y engagement, es posible identificar el desempeño del contenido y proponer mejoras para su optimización.

En esta práctica, los estudiantes analizarán contenido publicado en entornos digitales simulados o reales, interpretarán métricas básicas y propondrán estrategias de mejora continua para optimizar su rendimiento.

6. OBJETIVOS A ALCANZAR:
   - Reconocer la importancia de la medición del contenido digital.
   - Identificar métricas básicas de interacción en redes sociales.
   - Analizar el desempeño de contenido digital publicado.
   - Proponer mejoras para la optimización del contenido.
   - Adaptar contenido según resultados obtenidos en métricas digitales.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento:

Análisis e interpretación de métricas digitales para evaluar el rendimiento del contenido publicado.

Destrezas sensoriales:

Observación de indicadores de interacción, alcance y rendimiento en plataformas digitales.

Destrezas motoras:

Uso de herramientas digitales para análisis de métricas y elaboración de propuestas de optimización de contenido.

8. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

Se evaluará:

- Identificación correcta de métricas digitales básicas.
- Interpretación adecuada de resultados de contenido publicado.
- Propuestas de mejora coherentes y aplicables.
- Capacidad de análisis del rendimiento del contenido.
- Participación en la evaluación de publicaciones digitales.

9. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

El estudiante deberá:

- Revisar contenidos teóricos sobre métricas digitales, análisis de contenido y optimización en marketing de contenidos.
- Analizar ejemplos de publicaciones en redes sociales y sus métricas básicas (likes, comentarios, alcance, visualizaciones).
- Revisar la bibliografía básica:

  Martínez Polo, Josep M.; Martínez Sánchez, Jesús; Parra Meroño, M. Concepción (2020). Marketing digital. Editorial Los Libertadores. ISBN: 9789585478312.

- Revisar bibliografía complementaria:

Shum, Yi Min (2020). Marketing digital, Herramientas, Técnicas y Estrategias (2ª Edición). Rama Editorial. ISBN: 9788499649153.

Sanagustín, Eva (2016). Vender más con marketing digital. Ecoe Ediciones. ISBN: 9789587713589.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

Paso 1: Identificación del contenido publicado

El estudiante selecciona un contenido digital previamente publicado (real o simulado) en redes sociales para su análisis.

Paso 2: Revisión de métricas básicas

El estudiante identifica y registra métricas como alcance, impresiones, interacciones, clics y nivel de engagement del contenido seleccionado.

Paso 3: Análisis del desempeño del contenido

El estudiante interpreta los datos obtenidos, determinando el nivel de efectividad del contenido en función de sus objetivos comunicacionales.

Paso 4: Identificación de fortalezas y debilidades

El estudiante analiza los resultados y determina aspectos positivos y aspectos a mejorar en el contenido digital evaluado.

Paso 5: Propuesta de optimización

El estudiante elabora propuestas de mejora orientadas a optimizar el contenido, considerando ajustes en diseño, mensaje, formato o estrategia de publicación.

Paso 6: Adaptación del contenido

El estudiante plantea cómo se podría adaptar el contenido a diferentes plataformas digitales para mejorar su rendimiento.

Paso 7: Elaboración de informe de análisis

El estudiante organiza los resultados en un informe breve que incluya métricas, análisis e پیشنهاد de mejoras.

Paso 8: Socialización de resultados

El estudiante presenta su análisis y comparte sus conclusiones sobre la efectividad del

contenido digital evaluado.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- Ambiente seguro:

Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El aula o en casa (modalidad en línea) debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- Supervisión:

El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- Protocolos de interacción:

Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- Materiales y recursos:

El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- Salud y bienestar:

Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS.

La actividad promueve la responsabilidad en el manejo de información digital, el pensamiento crítico para la toma de decisiones basadas en datos y la ética profesional en la interpretación de resultados de campañas. Asimismo, fortalece habilidades blandas como el trabajo en equipo, la comunicación efectiva, la organización, la creatividad y la capacidad de análisis, esenciales para el desempeño en entornos de marketing digital.

9. CONCLUSIONES:

La práctica permite que los estudiantes comprendan el valor del análisis de métricas como herramienta fundamental para evaluar el rendimiento del contenido digital. A través de la interpretación de datos, el estudiante desarrolla la capacidad de identificar fortalezas y debilidades en las publicaciones, comprendiendo la importancia de la mejora continua en las estrategias de marketing de contenidos. Además, se fortalece la toma de decisiones basada en información real del comportamiento de las audiencias en entornos digitales.

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda que los estudiantes continúen practicando el análisis de métricas en diferentes plataformas digitales, observando el comportamiento real del contenido en redes sociales. Es importante complementar la teoría con la revisión constante de casos prácticos, lo que permitirá mejorar la capacidad de interpretación de datos y la toma de decisiones estratégicas. Asimismo, se sugiere mantener la actualización permanente en herramientas de análisis digital, ya que estas evolucionan constantemente en el ámbito del marketing digital.