Contenido de la ficha de formación

[Curso formativo 1](#_Toc112322866)

[Tarea 1 8](#_Toc112322867)

[Tarea 2 11](#_Toc112322868)

[Consejos para el formador 15](#_Toc112322869)

# Curso formativo

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Título** | Emprendimiento digital: cómo aprovechar todas las oportunidades de tu entorno | |
| **Área** | |  |  | | --- | --- | | Dibujo técnico y 3D |  | | Gestión empresarial y emprendimiento | X | | Gestión de Redes Sociales |  | | Autoconciencia y autoeficacia, pensamiento crítico y mentalidad de crecimiento |  | | |
| **Palabras clave (meta tag)** | Emprendimiento, digital, e-commerce, marketing, sitio web | |
| **Proporcionado por** | Internet Web Solutions | |
| **Idioma** | Español | |
| **Descripción** | El entorno digital en los últimos años ha adquirido especial relevancia en todos los ámbitos de la vida diaria de las personas. Esto ha conducido a la aparición de nuevas oportunidades de negocio relacionadas con el emprendimiento digital que deben ser aprovechadas. | |
| **Contenido organizado en 3 niveles** | | |
| **Módulo: Emprendimiento digital: cómo aprovechar todas las oportunidades de tu entorno**  **Unidad 1: ¿Qué es el emprendimiento digital?**  **Sección 1.1: Definición.**  En términos simples, el **emprendimiento digital** consiste en crear un negocio vendiendo productos o servicios a través de Internet, sin la necesidad de contar con espacios físicos donde atender a los clientes.  Algunos **ejemplos de negocios digitales** son los siguientes:   * **Tienda online (e-commerce).** La venta de productos o servicios a través de Internet es casi indispensable hoy en día para cualquier negocio. * **Formación online (e-learning).** La formación digital está en auge gracias a las facilidades que ofrece, por lo que si eres experto en algún campo, puedes aportar formación de calidad por esta vía. * **Blogs temáticos**. Por ejemplo, sobre cuidado personal, videojuegos, deporte o nutrición. Un blog que aporte contenido de calidad y adquiera relevancia puede obtener ingresos a través de la publicidad. * **Influencer / Youtuber / Streamer**. Aunque la probabilidad de poder vivir de este tipo de profesiones son más bajas, no hay que olvidar que también son emprendedores digitales.   **Sección 1.2: Ventajas y oportunidades.**  Durante la pandemia del COVID-19, seguro que has visto como muchas empresas de tu entorno han optado por tener presencia en Internet, y que muchas otras han desaparecido por no dar el salto a lo digital. Ya sabemos que el entorno digital es el futuro de una gran parte de las empresas. ¿Y tú, sabes cuáles son las ventajas del emprendimiento digital?   * **Nuevas oportunidades**. Las necesidades de los consumidores cambian, y en la actualidad muchas están relacionadas con el mundo digital, por lo que podrás encontrar numerosas oportunidades de negocio al vender tus productos o servicios a través de Internet. * **Trabajo flexible**. Cuando eres emprendedor, tú mismo decides tu horario de trabajo. Cuando se trata del emprendimiento digital, no estás limitado a estar en el mismo espacio todo el tiempo, ya que solo necesitas tus dispositivos digitales para trabajar desde cualquier parte del mundo. * **Baja inversión inicial**. Como no necesitas un espacio físico para realizar tu trabajo, la inversión inicial se reduce enormemente, puesto que solo necesitas un ordenador y conexión a Internet para empezar. * **Mayor visibilidad**. Podrás llegar a cualquier persona en cualquier parte del mundo, según el público al que quieras dirigirte. Aunque tu visibilidad al principio sea pequeña, si pones empeño podrás llegar a muchas más personas que en emprendimiento no digital.   Aunque a pesar de las ventajas que tiene el emprendimiento digital, no debes perder de vista tus objetivos, pues el éxito no está garantizado y existe mucha competencia, y puedes perder el rumbo rápidamente si no te mantienes firme y eres constante.  **Sección 1.3: Pasos a seguir para comenzar un emprendimiento digital.**   1. **Estudia tus posibilidades y lo que puedes ofrecer**. ¿Qué se te da bien? ¿Qué te gustaría ofrecer a tus clientes? ¿Cómo te gustaría trabajar? De aquí deberás obtener una idea de negocio. 2. **Analiza tu entorno, el mercado y los posibles competidores**. Para analizar si tu idea es viable, puedes realizar distintos tipos de análisis, como el de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO). Además, deberás hacer una investigación sobre cuáles podrían ser tus competidores. 3. **Elabora un perfil de cliente**. ¿A qué segmento de la población quieres dirigirte? Puedes pensar en la edad, ocupación, ubicación… 4. **Crea tu imagen corporativa**. Una vez hayas definido todo lo necesario, es momento de crear un buen nombre y un logo atractivo. Define el logo acorde a una paleta de colores y una tipografía que encaje. 5. **Crea un sitio web**. Existen muchas herramientas gratuitas que te permiten crear una web de forma sencilla, y también hay empresas que se dedican a ello. 6. **Elige las redes sociales más adecuadas para tu negocio**. Piensa en tu público. ¿Crees que si tus clientes potenciales son jóvenes estarán más en Facebook o en Instagram? Visita el módulo de “Gestión de redes sociales” para aprender más sobre esto. 7. **Elabora y sigue un plan de marketing digital**. ¡En este módulo podrás realizar una tarea para practicar!   **Unidad 2: Qué hacer para estar en Internet.**  **Sección 2.1: Logo**  Para estar en Internet, lo primero que necesitarás será contar con un logo que identifique a tu empresa y la diferencie del resto. Las características que deberá tener son:   * Debe ser **simple**, pero **atractivo**. * Debe ser **original** y representar la esencia del negocio. * Debe ser **escalable**, es decir, que pueda utilizarse en distintos tamaños, y adaptarse a distintos formatos. * Debe ser **duradero**, no debe estar basado en modas pasajeras. * El texto debe ser **legible** y **sin faltas de ortografía**.   Aunque no es algo fácil crear un buen logo, también puedes ayudarte de herramientas como las siguientes, que te permitirán inspirarte y enfocar cómo quieres que sea tu logo:   * **Canva**. Cuenta con cientos de plantillas y recursos gratuitos. <https://www.canva.com/> * **Logomaker**. Esta web crea un logo automáticamente introduciendo el sector, el nombre y la tipografía. <https://www.logomaker.com/> * **Looka**. Permite crear el logo automáticamente con el nombre de la empresa y su actividad. <https://looka.com/logo-maker/>   **Sección 2.2: Sitio web**  Un sitio web es esencial para que los clientes puedan encontrarte en Internet. En él se incluirá el logo y todos los elementos que representen la marca, así como los productos y/o servicios que ofreces e información relevante para tus clientes (potenciales). Un sitio web se compone de varias páginas web.  Un sitio web está compuesto por varios elementos:   * Un dominio registrado (URL). * Un servidor que almacena los archivos. * Un sistema de gestión de contenidos.   Por lo tanto, lo primero que deberás hacer será registrar el dominio, que generalmente irá acabado en **.com**, aunque existen otras categorías como **.edu** o **.org**. Un ejemplo de dominio es **projectspecial.eu**.  El lugar donde se ubicará tu web es el servidor; digamos que ahí es donde vivirá tu web. Este tipo de servicio se denomina “**hosting**”, y podrá ser **compartido** (tu web estará alojado junto a otros sitios web), **dedicado** (un servidor solo para ti) o en la **nube** (el servidor no está en un lugar físico).  Para crear la web, existen dos caminos: **contratar los servicios profesionales** de una empresa de programación, o crearla con alguna herramienta en Internet. Este tipo de herramientas te permitirán gestionar los contenidos, como por ejemplos **WordPress** (<https://wordpress.com>) o **Joomla** (<https://www.joomla.org>).  ¡Un último consejo! Lo mejor es que tu página web comience por **https**, ya que indica que tu página web tiene un protocolo seguro en Internet, y protege la integridad y confidencialidad de todos los que visiten tu web. Para ello, el servidor de tu web deberá tener instalado un **certificado SSL**. Por ejemplo, podrás ver que la web de Special es: <https://projectspecial.eu>.  **Sección 2.3: Redes sociales**  Que tu empresa tenga redes sociales no es obligatorio, pero sí es bastante importante si tienes un emprendimiento digital. Un perfil de empresa en redes sociales te permitirá crear una **comunidad online**, conectar con tus clientes de forma más cercana, así como publicitar tus productos y/o servicios.  Pero no tienes por qué estar presente en todas las redes sociales que se utilizan actualmente, sino en aquellas que cuenten con **usuarios que se asemejen al perfil de tus clientes**. Además, si creas un perfil en una red social, lo ideal será que **le des un** **buen uso y seas activo**, ya que si no publicas nada en meses, tus potenciales clientes no tendrán una buena referencia sobre tu negocio.  Si quieres saber más sobre cómo utilizar las redes sociales, visita el curso de Special “Gestión de redes sociales” 😉.  **Unidad 3: Marketing digital.**  **Sección 3.1: ¿Qué es el marketing digital?**  El marketing abarca un conjunto de técnicas y estrategias que tienen como objetivo **mejorar la comercialización de un producto o servicio** y satisfacer las necesidades de un mercado objetivo.  Cuando hablamos de marketing digital, nos referimos a la aplicación de todas esas técnicas y estrategias de comercialización llevadas a cabo en los medios digitales, caracterizados por la irrupción de las redes sociales, la inmediatez, y nuevas herramientas.  El marketing digital ha evolucionado junto a Internet:  **Web 1.0 – Web estática**  La publicidad se trasladó de los medios tradicionales como la televisión o la radio, a las primeras páginas web. No existía la comunicación con los usuarios y la empresa era la única con capacidad de controlar lo que se publicaba.  **Web 2.0 – Web social**  Con el nacimiento de las redes sociales y las nuevas tecnologías, comienza un intercambio masivo e instantáneo de información. Internet se convierte en un medio para crear una comunidad online y obtener comentarios por parte de los usuarios. Hoy todavía nos encontramos en este punto de desarrollo, mientras la **web 3.0 (web semántica)** ya comienza a desarrollarse, lo que implicará que también el marketing digital siga evolucionando.  **Sección 3.2: Técnicas de marketing digital**  **SEO (Search Engine Optimization – Optimización para motores de búsqueda)**  Se trata de optimizar los motores de búsqueda para que tu empresa aparezca en las primera páginas de las búsquedas en buscadores, como Google, mejorando la visibilidad de la web.  **SEM (Search Engine Marketing – Marketing en motores de búsqueda)**  Esta técnica se refiere a los anuncios pagados que aparecen en los buscadores para las búsquedas de ciertas palabras clave. Se lleva a cabo a través de servicios como Google Ads. La principal diferencia entre SEO y SEM, es que en SEM se paga por aparecer en las primera páginas, mientras que con el SEO se mejora el posicionamiento orgánico a través de técnicas más complejas relacionadas con palabras clave.  **Marketing de contenidos**  Esta técnica o estrategia se trata de crear contenidos para atraer a los potenciales clientes, a través de blogs, vídeos, infografías…  **Marketing de redes sociales**  Se trata de utilizar las redes sociales para atraer al público objetivo. También pueden utilizarse anuncios de pago.  **Email marketing**  A través de una base de datos de correos electrónicos, se envían comunicaciones a los clientes y público objetivo. Existen herramientas para ello como Mailchimp (<https://mailchimp.com/>). | | |
| **5 entradas de glosario** | | |
| **Blog.** Es un tipo de página web donde se publica contenido periódicamente en forma de posts o artículos, y que suele tener una temática concreta (blogs de moda, alimentación, deporte, viajes, informática…). Puede ser de carácter personal, o utilizarse como herramienta digital para las empresas.  **Certificado SSL.** Un certificado SSL (Secure Sockets Layer – capa de conexión segura) es un protocolo de seguridad que permite que la transferencia de los datos entre un navegador y un servidor web se produzca de forma segura y cifrada.  **E-commerce.** El comercio electrónico es la compra y venta de productos o servicios a través de Internet, mediante plataformas de e-commerce, redes sociales y otras páginas web.  **HTTPS.** El protocolo HTTPS (HyperText Transfer Protocol Secure – protocolo seguro de transferencia de hipertexto) permite una conexión y transferencia de datos segura entre el servidor y el navegador.  **Sitio web.** Un sitio web está compuesto por todas las páginas web de un mismo dominio almacenadas en un servidor. Coloquialmente se intercambian los términos de sitio web y página web, a pesar de que no son exactamente lo mismo. | | |
| **Bibliografía y referencias** | | |
| Hotmart (2022). Digital Entrepreneurship: all you need to know to start an online business in 2022. Hotmart. <https://hotmart.com/en/blog/digital-entrepreneurship>  Sánchez, J. (2020). 5 ejemplos de posibles negocios digitales en tiempos de Covid-19. Pymes y Autónomos. <https://www.pymesyautonomos.com/marketing-y-comercial/5-ejemplos-posibles-negocios-digitales-tiempos-covid-19>  MBA Madrid (2019). En qué consiste el emprendimiento digital. Cámara de Comercio de Madrid. <https://www.mba-madrid.com/empresas/emprendimiento-digital/>  Mundo Bloggr. Ventajas y desventajas del emprendimiento digital. Mundo Bloggr. <https://mundobloggr.com/emprendimiento-digital/ventajas-y-desventajas-del-emprendimiento-digital/>  Calabuig, J. (2020). Los 10 primeros pasos para emprender un negocio digital con éxito. Quiero Tener Un Blog. <https://quierotenerunblog.com/cuales-son-los-primeros-pasos-para-emprender-un-negocio-digital/>  Ortiz, A. (2022). ¿Qué es el marketing digital o marketing online? Estrategias y herramientas. InboundCycle. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-el-marketing-digital-o-marketing-online>  Llasera, J. P. (2020). 7 características para diseñar un buen logo hoy en día. Imborrable. <https://imborrable.com/blog/7-caracteristicas-para-disenar-un-buen-logo-hoy/>  De Souza, I. (2021). Cómo crear un sitio web: echa un vistazo al paso a paso para hacer el tuyo desde cero. Rock Content. <https://rockcontent.com/es/blog/como-crear-un-sitio-web/> | | |
| **5 preguntas de elección múltiple para autoevaluación** | | |
| **Pregunta 1. ¿Cuáles son las características del emprendimiento digital en comparación con el emprendimiento tradicional?**  Opción a: El trabajo es más flexible.  Opción b: La inversión inicial es más baja.  Opción c: Existen más oportunidades.  Opción d: Todas son correctas.  **Opción correcta: d**  **Pregunta 2. ¿Cómo debe ser un logo?**  Opción a: Debe estar a la moda.  Opción b: No debe ser escalable.  Opción c: Debe ser legible y sin faltas de ortografía.  Opción d: Todas son correctas.  **Opción correcta: c**  **Pregunta 3. ¿Cuál NO es un elemento de las páginas web?**  Opción a: El dominio.  Opción b: El marketing.  Opción c: El hosting.  Opción d: Todos son elementos de las páginas web.  **Opción correcta: b**  **Pregunta 4. ¿Por qué se caracteriza la web 2.0?**  Opción a: Por la interacción.  Opción b: Por la información estática.  Opción c: Por el diseño 3D.  Opción d: Todas son correctas.  **Opción correcta: a**  **Pregunta 5. ¿En qué consiste el SEM?**  Opción a: En la optimización de los motores de búsqueda.  Opción b: En los anuncios pagados de los buscadores.  Opción c: En la creación de contenidos digitales.  Opción d: Todas son correctas.  **Opción correcta: b** | | |
| **Material relacionado** | |  |
| **Enlace de referencia** | |  |
| **Vídeo en formato YouTube (si lo hay)** | |  |

# Tarea 1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Título de la tarea** | Antes de empezar: análisis DAFO | |
| 1. **Introducción: ¿De qué va todo esto?** | | |
| **Imagen de introducción** | | |
| **URL de Drive de la imagen** | | <https://drive.google.com/file/d/1BCIMhbneCx28A_r0hwZbKWh2EJqcII0s/view?usp=sharing> |
| **Título de la imagen (incluyendo la información de derechos de autor)** | | Imagen de Pixabay |
| **¿Tienes permiso para utilizar esta imagen?** | | **SÍ** (Licencia Pixabay: libre para uso comercial, no requiere atribución) |
| **Texto de introducción** | | |
| Cuando comienzas a emprender, es muy importante conocer el estado de tu entorno, las oportunidades disponibles y las amenazas que constituyen potenciales peligros, así como tus propias características, debilidades y fortalezas.  Existen distintos análisis que se realizan en materia de emprendimiento: análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Medioambiental, Legal), análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades), análisis competitivo de las 5 fuerzas de Porter, modelo Canvas…  En esta ocasión, nos centraremos en el análisis DAFO, uno de los más completos y más conocidos por su simpleza y utilidad. | | |
| 1. **Tarea: ¿Cuál es la actividad?** | | |
| **Imagen de la actividad** | | |
| **URL de Drive de la imagen** | | <https://drive.google.com/file/d/1iVSq8xun1d56KlMTPLGSJM1Nx8yR-e6f/view?usp=sharing> |
| **Título de la imagen (incluyendo la información de derechos de autor)** | | Imagen de Pixabay |
| **¿Tienes permiso para utilizar esta imagen?** | | **SÍ** (Licencia Pixabay: libre para uso comercial, no requiere atribución) |
| **Texto de la actividad** | | |
| En esta ocasión, tendrás que elaborar un análisis de las **Debilidades, Amenazas, Oportunidades y Fortalezas (DAFO)** aplicadas a una idea de negocio.  Deberás tomar en consideración que que el análisis se divide en una parte interna (Fortalezas y Debilidades) y otra externa (Oportunidades y Amenazas), por lo que tendrás control solo sobre las variables internas. | | |
| 1. **Proceso: ¿Qué voy a hacer?** | | |
| Para esta tarea, podrás utilizar la plantilla que se proporciona en la sección de recursos, o realizarlo en un documento propio/en papel. Te aconsejamos utilizar la forma de matriz 2x2 del análisis DAFO para que puedas ver los resultados con claridad en una misma hoja.  Empieza a pensar en tus características y las de tu entorno, y toma nota de todas ellas. Ahora, comienza a clasificarlas en debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.  Dentro de tus **fortalezas**, algunos ejemplos podrían ser: alto nivel de conocimientos sobre el campo del negocio; buena capacidad de producción; experiencia con los canales de promoción y distribución; colchón financiero para afrontar la inversión inicial…  En las **debilidades**, algunos ejemplos son: presupuesto inicial bajo; pocas herramientas disponibles; poca experiencia con medios digitales…  Para las **oportunidades**: mercado en crecimiento; proveedores accesibles; materias primas a precios bajos; baja competencia en el sector; posibilidad de crear una gran comunidad online para la visibilidad del producto…  Y para las **amenazas**: competencia alta en el sector; barreras de entrada; clientes potenciales con un perfil de bajos conocimientos informáticos; legislación complicada…  ¡Ahora te toca a ti! | | |
| 1. **Resultados de aprendizaje: ¿Qué voy a aprender?** | | |
| **Competencias (LifeComp)** | | * P2 Flexibilidad: capacidad para gestionar transiciones e incertidumbre, y para afrontar desafíos. * L2 Pensamiento crítico: evaluación de la información y argumentación para apoyar conclusiones razonadas y desarrollar soluciones innovadoras. |
| **Competencias (EntreComp)** | | * 1.4 Valorar ideas: sacar lo mejor de las ideas y oportunidades. * 2.1 Autoconciencia y autoeficacia: creer en uno mismo y seguir desarrollándose. * 3.3 Manejar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo: tomar decisiones tratando con la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo. |
| **Competencias (DigiComp)** | | * 1.2 Evaluar datos, información y contenido digital: analizar, comparar y evaluar críticamente la credibilidad y fiabilidad de las fuentes de datos, información y contenido digital. Analizar, interpretar y evaluar críticamente los datos, información y contenido digital. |
| 1. **Conclusión: ¿Qué me llevaré a casa?** | | |
| ¿Te ha parecido complicado realizar el análisis DAFO? A veces necesitas despejar la mente y abrir bien los ojos para ser consciente de cómo tus variables internas y externas influyen en tus acciones y en la viabilidad de tus ideas.  Ahora que sabes cómo realizar un análisis DAFO, recuerda que los entornos son dinámicos y cambiantes, por lo que puedes realizar un análisis periódicamente para seguir siendo consciente de tu entorno.  También puedes explorar otros tipos de análisis como los que se mencionan en la introducción: análisis PESTEL, análisis competitivo de las 5 fuerzas de Porter, y mucho más. | | |
| **6: Recursos: ¿Qué necesito?** | | |
| **Sitios web (URLs)** | | Conducting a SWOT analysis |
| <https://www.business.qld.gov.au/starting-business/planning/market-customer-research/swot-analysis/conducting> |
| SWOT Analysis: How to With Table and Example |
| <https://www.investopedia.com/terms/s/swot.asp> |
| SWOT analysis (strengths, weaknesses, opportunities and threats analysis) |
| <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/SWOT-analysis-strengths-weaknesses-opportunities-and-threats-analysis> |
| **Vídeos (de YouTube)** | | SWOT Analysis – What is SWOT? Definition, Examples and How to Do a SWOT Analysis |
| <https://www.youtube.com/watch?v=JXXHqM6RzZQ> |
| Starbucks SWOT Analysis |
| <https://www.youtube.com/watch?v=mR9eICQJLXA> |
| **Documentos** | | SWOT Analysis template |
| <https://docs.google.com/document/d/1t89ALDW6JrGAWycvcduShTIbE2xqRnyu/edit?usp=sharing&ouid=111065106440002579821&rtpof=true&sd=true> |

# Tarea 2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Título de la tarea** | Diseñando un plan de marketing digital | |
| 1. **Introducción: ¿De qué va todo esto?** | | |
| **Imagen de introducción** | | |
| **URL de Drive de la imagen** | | <https://drive.google.com/file/d/1ldh-VdYlJVpZxIt8kzChvxijv6Ah69n8/view?usp=sharing> |
| **Título de la imagen (incluyendo la información de derechos de autor)** | | Imagen de Pixabay |
| **¿Tienes permiso para utilizar esta imagen?** | | **SÍ** (Licencia Pixabay: libre para uso comercial, no requiere atribución) |
| **Texto de introducción** | | |
| Un plan de marketing es una herramienta de gestión que permite desarrollar una estrategia de marketing en una empresa, mientras se identifican las oportunidades del mercado y el entorno, y se definen objetivos y metas, así como el público objetivo.  Cuando hablamos de un plan de marketing digital, este documento deberá recoger aquellas estrategias y técnicas aplicadas al entorno digital, que permitirán mejorar la comercialización de los productos y/o servicios de nuestra empresa. | | |
| 1. **Tarea: ¿Cuál es la actividad?** | | |
| **Imagen de la actividad** | | |
| **URL de Drive de la imagen** | | <https://drive.google.com/file/d/1y2Hv7GpsujzJWYWUnlmoaabLB9_8IAz5/view?usp=sharing> |
| **Título de la imagen (incluyendo la información de derechos de autor)** | | Imagen de Pixabay |
| **¿Tienes permiso para utilizar esta imagen?** | | **SÍ** (Licencia Pixabay: libre para uso comercial, no requiere atribución) |
| **Texto de la actividad** | | |
| Tendrás que elaborar un documento con un **plan de marketing digital** viable para tu negocio, poniéndote en el supuesto de que eres un empresario que va a mejorar la comercialización de sus productos o servicios mediante el marketing digital.  Puedes utilizar la plantilla que se proporciona en la sección de recursos a modo de guía. | | |
| 1. **Proceso: ¿Qué voy a hacer?** | | |
| Tendrás que definir los siguientes apartados:   1. Define tus **objetivos** inicialese **indicadores** de éxito. Los objetivos deberán cumplir con los criterios SMART: Specific (específicos), Measurable (medibles), Achievable (alcanzables), Relevant (relevantes), Time-bound (temporales). 2. Define tu **audiencia** y público objetivo. 3. Realiza un análisis **competitivo** y del **mercado**. 4. Realiza un análisis **DAFO** (¡mira la misión anterior!). 5. Define un **presupuesto** para el plan de marketing digital. 6. Define los **canales** de marketing digital que utilizarás. 7. Desarrolla **estrategias y técnicas** de marketing digital (¡ve a la sección “Técnicas de marketing digital” de este curso!). 8. Mide los **resultados** y el **éxito** de tu plan de marketing digital. | | |
| 1. **Resultados de aprendizaje: ¿Qué voy a aprender?** | | |
| **Competencias (LifeComp)** | | * P2 Flexibilidad: capacidad para gestionar transiciones e incertidumbre, y para afrontar desafíos. |
| **Competencias (EntreComp)** | | * 1.1 Aprovechar oportunidades: utilizar tu imaginación y capacidades para identificar oportunidades de crear valor. * 1.2 Creatividad: desarrollar ideas creativas y poderosas. * 3.2 Planificación y gestión: priorizar, organizar y hacer seguimiento. |
| **Competencias (DigiComp)** | | * 1.3 Gestionar datos, información y contenido digital: organizar, almacenar y recuperar datos, información y contenido en entorno digitales. Organizarla y procesarla en un entorno estructurado. * 3.1 Desarrollar contenido digital: crear y editar contenido digital en diferentes formatos, expresarse a través de medios digitales. * 5.3 Utilizar creativamente las tecnologías digitales: utilizar herramientas y tecnologías digitales para crear conocimiento e innovar procesos y productos. Comprometerse individual y colectivamente con el procesamiento cognitivo para entender y resolver problemas conceptuales y situaciones problemáticas en entornos digitales. |
| 1. **Conclusión: ¿Qué me llevaré a casa?** | | |
| Crear un plan de marketing no es una tarea nada fácil, por lo que si hay llegado hasta aquí: ¡enhorabuena!  Una buena planificación y gestión es crucial para el éxito de un emprendimiento digital. Al crear un plan de marketing digital, tendrás un documento que te permitirá contar con una hoja de ruta con los pasos a seguir para mejorar la comercialización de tus productos o servicios en los canales digitales seleccionados.  ¡Recuerda explorar la sección de recursos para aprender más! | | |
| **6: Recursos: ¿Qué necesito?** | | |
| **Sitios web (URLs)** | | Example of a Full Digital Marketing Plan and Budget |
| <https://www.ascendbusinessgrowth.com/blog/example-of-monthly-inbound-marketing-plan> |
| Create a Digital Marketing Plan: 9 Step Strategic Guide |
| <https://terakeet.com/blog/digital-marketing-plan/> |
| SMART Goals |
| <https://www.mindtools.com/pages/article/smart-goals.htm> |
| 9 Digital Marketing Techniques |
| <https://workspace.digital/9-popular-digital-marketing-techniques/> |
| How to conduct a competitive analysis |
| <https://www.bdc.ca/en/articles-tools/marketing-sales-export/marketing/how-evaluate-competition> |
| **Vídeos (de YouTube)** | | Digital Marketing Plan |
| <https://www.youtube.com/watch?v=_zOdZ65Gbr4> |
| Digital Marketing In 5 Minutes |
| <https://www.youtube.com/watch?v=bixR-KIJKYM> |
| **Documentos** | | Digital marketing plan template |
| <https://docs.google.com/document/d/158NEj04NQdz1hBIkpjSNObDmgotIzWlM/edit?usp=sharing&ouid=111065106440002579821&rtpof=true&sd=true> |

# Consejos para el formador

|  |
| --- |
| En esta formación, los alumnos deberán ponerse en los zapatos de un emprendedor digital, adaptando su mentalidad de manera que sean capaces de realizar las tareas propuestas.  Por lo tanto, se plantea la necesidad de que adquieran un buen nivel de conocimientos sobre todo lo que rodea al entorno digital de una empresa, desde cómo se crea una página web, hasta en qué consiste el marketing digital y cómo se elabora y desarrolla un plan de marketing.  **Tarea 1**: en esta tarea se potenciarán las habilidades de análisis de los alumnos, y será necesario poner ejemplos de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que les permitan detectar variables para sus análisis.  **Tarea 2**: en esta tarea se propone un modelo de plan de marketing digital, pero no es de seguimiento obligatorio. Un plan de marketing puede diferir en ciertos pasos o etapas, en función de las características y necesidades de cada empresa. |