



**T4.3.2 Biblioteca de Habilidades Sociales – Marketing
Digital para la Economía Naranja**

**ORANGE: PROYECTO DE CREATIVIDAD, INNOVACIÓN Y
TECNOLOGÍA
Programa Erasmus+ 2014-2020
ALIANZA DEL CONOCIMIENTO 2018**



nº y título del WP	WP4. Caja de herramientas innovadora
Tarea nº y título	T4.3. Recopilación de buenas prácticas y creación de nuevos módulos formativos hasta un total de 6 validando el proceso con diferentes elementos culturales, procesos o modelos de negocio.
Nº de resultado y título	R4.2. MÓDULOS DE FORMACIÓN
Título completo de la documento	T4.3.2 Habilidades empresariales – Marketing digital para la Economía Naranja curso
Breve descripción	Este documento presenta el Curso de Marketing Digital para la Economía Naranja, que forma parte del Módulo 3. Habilidades empresariales. El objetivo del curso es proporcionar al docente materiales y pautas para transferir conocimientos sobre marketing digital a sus alumnos en el aula. Después de las lecciones sugeridas en este curso, los estudiantes aplicarán sus conocimientos de marketing digital y podrá aprovechar al máximo los canales de marketing digital.
Fecha de Entrega Estimada	Mes 30 (junio 2021)
Fecha de entrega real	13/01/2021
Versión nº3	Versión definitiva
Fecha de la última versión emitido	noviembre 2020
Colaboradores	1. BSC Kranj 2. UNINORTE
Próximos pasos esperados	Revisión externa

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido que refleja únicamente los puntos de vista de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en el mismo.

Contenido

Módulo III Curso de Negocios III.2 Marketing Digital para la Economía Naranja

Capítulo 1. Introducción

Capítulo 2. Objetivos del Aprendizaje

Capítulo 3. Tipos de materiales de educación

Capítulo 4. Metodologías Innovadoras del Aprendizaje

Caso de estudio

Aprendizaje basado en Proyectos

Flip-enseñanza (opcional)

Aprendizaje mixto

Gamificación (opcional)

Capítulo 5. Contenido del curso

Capítulo 6. Herramientas Útiles

Capítulo 7. Evaluación

Capítulo 8. Camino a adquirir competencias

Competencias DIGCOMP

Competencias ENTRECOMP

Capítulo 9. Otra formación relacionada con Marketing Digital

Módulo I. Patrimonio y Propiedad Intelectual

Módulo III. Negocios

Módulo IV. Habilidades Blandas

Bibliografía

Anexo I. DIGCOMP: marco para desarrollar y entender competencias digitales

Anexo II. EntreComp: el marco de competencias empresariales

Anexo III. Plantilla de carta de invitación para incluir una ciudad en O-City

Módulo III Negocios

Curso III.2 Marketing Digital para la Economía Naranja

Capítulo 1 Introducción

El objetivo del proyecto O-City es descubrir y promover el patrimonio natural y cultural de nuestras ciudades, y, al mismo tiempo, dinamizar la economía naranja inyectando conocimiento técnico y profesional en la promoción natural y cultural de las ciudades involucradas. Por un lado, se conseguirá la promoción del patrimonio natural y cultural de las ciudades creando elementos multimedia creativos (foto, vídeo, cómic, animación, podcast,...) de cada ciudad y subiéndolos al [Plataforma O-City World](#). Por otro lado, con el objetivo de desarrollar la economía creativa de las ciudades, se han desarrollado diferentes cursos para docentes sobre los elementos multimedia creativos que se ubicarán en la plataforma O-City. Estos cursos incluyen recursos sobre cómo poner en práctica los contenidos con sus alumnos. De esta forma, profesores y alumnos crearán nuevos elementos multimedia creativos de sus propias ciudades que, tras ser validados, se subirán al [Plataforma O-City World](#).

Además, el desarrollo de habilidades culturales, blandas y comerciales también es necesario para los nuevos practicantes de la economía naranja. Por ello, el plan de formación de O-City consta de los siguientes 4 módulos de competencias:

1. Módulo I. Patrimonio y Propiedad Intelectual (PI): Contenidos básicos relacionados con el patrimonio natural y cultural (definición, clasificación, importancia, etc.) y la protección de la propiedad intelectual (definición, categorías, métodos, etc.)
2. Módulo II. Técnico: Contenidos básicos necesarios para desarrollar elementos multimedia (fotografía, vídeo, animación, etc.) sobre el patrimonio.
3. Módulo III. Negocios: Contenidos básicos relacionados con las habilidades empresariales y de emprendimiento en la economía naranja (creación de modelos de negocio, marketing digital, etc.)
4. Módulo IV. Soft skills: Contenidos para estimular la creatividad, el pensamiento crítico y en general las habilidades interpersonales como herramienta para mejorar la integración profesional.

Este documento presenta el curso de Marketing Digital, que forma parte del Módulo III. El objetivo del curso es proporcionar al docente materiales y pautas para transferir conocimientos sobre marketing digital a sus alumnos en el aula. Después de las lecciones sugeridas en este curso, los estudiantes aplicarán sus conocimientos de marketing digital y podrán aprovechar al máximo los canales de marketing digital.

Los temas principales de este curso son los conceptos básicos del marketing digital, cada uno de los canales, la analítica, así como las estrategias de marketing digital. Este curso debe presentar a los estudiantes los conceptos básicos del marketing digital y crear una imagen más amplia del marketing a través de canales digitales. Con este,

los estudiantes desarrollarán sus conocimientos y habilidades en lo que respecta al marketing digital, y podrán aplicar esos conocimientos para mejorar el rendimiento de un negocio en Internet. Finalmente, el profesor trasladará los resultados del trabajo del alumno en su aula al [O-Ciudad Mundial plataformas](#) si se realizan de manera adecuada. El curso está disponible en formato abierto en:

<https://poliformat.upv.es/x/uW1FgK>

Este documento está estructurado de la siguiente manera. El capítulo 2 detalla los objetivos de aprendizaje del curso. El Capítulo 3 describe los tres tipos de materiales de aprendizaje desarrollados: T2L-Profesor para aprender, T2T-Profesor para enseñar y S2P-Estudiente para practicar. El Capítulo 4 informa sobre las metodologías de aprendizaje innovadoras que se utilizan en el curso propuesto (aprendizaje basado en proyectos y aprendizaje mixto) y las que los profesores pueden decidir utilizar (enseñanza invertida y ludificación). El capítulo 5 está dedicado a dar los contenidos del curso, el cual se divide en tres temas, cada uno de los cuales consta de cuatro lecciones. Para cada lección, todos los materiales (T2T, T2L y S2P) están vinculados y se dan recomendaciones sobre cómo planificar las lecciones. El Capítulo 6 incluye enlaces a algunas herramientas útiles relacionadas con las habilidades blandas aprendidas durante el curso. El capítulo 7 está dedicado a la evaluación/asesoramiento: los profesores serán evaluados a través de pruebas sobre las materias T2T. El capítulo 8 define el camino para adquirir competencias identificando el marco de competencias DIGCOMP (Ferrari, 2013) y ENTRECOMP (Bacigalupo, Kampylis, Punie, & Van den Brande, 2016) que los estudiantes trabajarán con cada una de las actividades propuestas de marketing digital curso de contenido. Finalmente, en el Capítulo 9, los maestros pueden encontrar más materiales de aprendizaje de otros módulos de O-City. El profesorado puede decidir qué recursos son más adecuados o útiles para su aula en función de su realidad docente (nivel educativo, asignatura,...). De esta manera, los docentes adaptarán la ruta de aprendizaje de sus alumnos enfocándose en habilidades técnicas, culturales, de propiedad intelectual, de negocios y/o blandas. Los docentes serán evaluados a través de pruebas sobre las materias T2T. El capítulo 8 define el camino para adquirir competencias identificando el marco de competencias DIGCOMP (Ferrari, 2013) y ENTRECOMP (Bacigalupo, Kampylis, Punie, & Van den Brande, 2016) que los estudiantes trabajarán con cada una de las actividades propuestas de marketing digital curso de contenido. Finalmente, en el Capítulo 9, los maestros pueden encontrar más materiales de aprendizaje de otros módulos de O-City. El profesorado puede decidir qué recursos son más adecuados o útiles para su aula en función de su realidad docente (nivel educativo, asignatura,...). De esta manera, los docentes adaptarán la ruta de aprendizaje de sus alumnos enfocándose en habilidades técnicas, culturales, de propiedad intelectual, de negocios y/o blandas. Los docentes serán evaluados a través de pruebas sobre las materias T2T. El capítulo 8 define el camino para adquirir competencias identificando el marco de competencias DIGCOMP (Ferrari, 2013) y ENTRECOMP (Bacigalupo, Kampylis, Punie, & Van den Brande, 2016) que los estudiantes

trabajarán con cada una de las actividades propuestas de marketing digital curso de contenido. Finalmente, en el Capítulo 9, los maestros pueden encontrar más materiales de aprendizaje de otros módulos de O-City. El profesorado puede decidir qué recursos son más adecuados o útiles para su aula en función de su realidad docente (nivel educativo, asignatura,...). De esta manera, los docentes adaptarán la ruta de aprendizaje de sus alumnos enfocándose en habilidades técnicas, culturales, de propiedad intelectual, de negocios y/o blandas. El capítulo 8 define el camino para adquirir competencias identificando el marco de competencias DIGCOMP (Ferrari, 2013) y ENTRECOMP (Bacigalupo, Kampylis, Punie, & Van den Brande, 2016) que los estudiantes trabajarán con cada una de las actividades propuestas de marketing digital curso de contenido. Finalmente, en el Capítulo 9, los maestros pueden encontrar más materiales de aprendizaje de otros módulos de O-City. El profesorado puede decidir qué recursos son más adecuados o útiles para su aula en función de su realidad docente (nivel educativo, asignatura,...). De esta manera, los docentes adaptarán la ruta de aprendizaje de sus alumnos enfocándose en habilidades técnicas, culturales, de propiedad intelectual, de negocios y/o blandas. 2016) marco de competencias que trabajarán los alumnos en cada una de las actividades propuestas del curso de contenidos de marketing digital. Finalmente, en el Capítulo 9, los maestros pueden encontrar más materiales de aprendizaje de otros módulos de O-City. El profesorado puede decidir qué recursos son más adecuados o útiles para su aula en función de su realidad docente (nivel educativo, asignatura,...). De esta manera, los docentes adaptarán la ruta de aprendizaje de sus alumnos enfocándose en habilidades técnicas, culturales, de propiedad intelectual, de negocios y/o blandas. 2016) marco de competencias que trabajarán los alumnos en cada una de las actividades propuestas del curso de contenidos de marketing digital. Finalmente, en el Capítulo 9, los maestros pueden encontrar más materiales de aprendizaje de otros módulos de O-City. El profesorado puede decidir qué recursos son más adecuados o útiles para su aula en función de su realidad docente (nivel educativo, asignatura,...). De esta manera, los docentes adaptarán la ruta de aprendizaje de sus alumnos enfocándose en habilidades técnicas, culturales, de propiedad intelectual, de negocios y/o blandas.

Capítulo 2. Objetivos de aprendizaje

El objetivo general del proyecto O-City es brindar una serie de herramientas virtuales que permitan capacitar a los docentes en temas multimedia, otorgando conocimientos tanto técnicos como artísticos para obtener un producto audiovisual acorde a los requerimientos del proyecto. El objetivo final es que los docentes transmitan todos estos conocimientos en el aula para que sus alumnos generen productos audiovisuales que alimenten la plataforma O-City World.

Después de tomarel curso de Marketing Digital para la Economía Naranja, el docente (y sus alumnos cuando el curso sea llevado al salón de clases) será capaz de:

1. Utiliza cada uno de los canales de marketing digital.
2. Conoce los conceptos básicos y cómo funciona el marketing digital.
3. Use los canales de una manera que brinde los mejores resultados posibles a una empresa.
4. Crear anuncios efectivos en Internet
5. Leer los resultados obtenidos en analítica, así como saber cómo utilizar los datos obtenidos.
6. Crear una estrategia de marketing digital.

Capítulo 3. Tipos de materiales educativos

Uno de los propósitos de O-City es que los docentes utilicen nuestro programa de capacitación, no solo para aprender, sino también para incorporar el proyecto O-City en sus actividades académicas diarias en el salón de clases, donde sus estudiantes aprenderán y utilizarán el marketing digital. herramientas. En este sentido, los docentes elegirán qué contenidos del curso de Marketing Digital para la Economía Naranja (y otros cursos relacionados: cultura, PI, negocios y soft skills) les son útiles en función de su formación previa; y qué contenidos llevar a su aula, en función del tipo de asignatura o nivel de sus alumnos.

En general, los materiales educativos desarrollados se clasifican en tres tipos

Profesoraprender (T2L): contenidos (vídeos, ppts, pdfs,...) para dotar al profesorado de unos conocimientos técnicos básicos aplicados al patrimonio cultural y natural. Los profesores transmitirán estos conocimientos a sus alumnos (pueden utilizar los mismos contenidos en el aula).

Profesor para enseñar (T2T): contenidos (vídeos, ppts, pdfs,...) y actividades preparadas para que los docentes las utilicen en el aula. Estas actividades están preparadas para ser desarrolladas directamente por el profesor en el aula y pueden adaptarse a la materia y al nivel educativo. Las actividades T2T son las recomendadas para conseguir que los alumnos creen el multimedia.

Alumno para practicar (S2P): actividades extra opcionales preparadas para que los alumnos profundicen en algún tema. Los profesores decidirán si proponen alguna actividad S2P o no.

Capítulo 4. Metodologías de aprendizaje innovadoras

Este capítulo está dedicado a explicar las metodologías de aprendizaje innovadoras que se utilizan o se pueden utilizar en el curso de Marketing Digital para la Economía Naranja cuando el docente lleva el curso al aula.

Caso de estudio

El estudio de casos es un método interactivo basado directamente en el proceso pedagógico. El estudio de caso comenzó en 30 años en la Escuela de Negocios de Harvard. Los ejemplos de estudio se basan en situaciones reales o ficticias (problemas) en la práctica que deben resolverse de forma independiente o en grupo. En el estudio de caso, los participantes tienen que lidiar con una situación particularmente problemática. Los estudiantes se ponen en el papel de líder y, con una propuesta, tratan de resolver un problema en particular. Todos los estudios de casos tienen en común que los participantes brindan una experiencia positiva que pueden usar más tarde en la práctica.

Aprendizaje en base a proyectos

El objetivo de este curso es que los alumnos desarrollen un proyecto específico trabajando en equipo para desarrollar algunas de las actividades que proponemos. Además, el trabajo en equipo a través de la

proyecto fomentar el aprendizaje colaborativo: trabajo responsable y autónomo en equipo, aumento del respeto y la tolerancia, crecimiento personal, mejora de las habilidades comunicativas, interiorización de los conocimientos académicos, mayor control del alumno en el proceso de aprendizaje, trabajo en equipo,

interés y motivación, mejora de la autoestima, desarrollo de habilidades intelectuales y profesionales y uso eficiente de los recursos.

Flip-enseñanza (opcional)

La mayoría de los materiales preparados para profesores (T2L) pueden ser utilizados por estudiantes (T2T). Los profesores pueden proponer a los alumnos que trabajen estos materiales en casa antes de la clase. De esta forma, el tiempo de clase se puede aprovechar para resolver dudas sobre el trabajo realizado en casa o para profundizar en el tema. Esta metodología promueve la participación activa de los estudiantes. Además, ofrece la oportunidad de enfocar el tiempo de clase en las formas superiores de trabajo cognitivo (aplicación, análisis, síntesis y evaluación). Como lo describe la taxonomía revisada de Bloom, involucrando a los estudiantes en tareas complejas con el apoyo del maestro y la participación del grupo de pares. En el capítulo 5 se especifican las actividades que se pueden proponer utilizando esta metodología. Se puede encontrar más información sobre esta metodología en (Bergmann & Sams, 2012).

Aprendizaje combinado

Este curso combina materiales educativos en línea (como los videos T2T descritos en el Capítulo 5) y métodos de aula tradicionales basados en el lugar. Las prácticas presenciales en el aula se combinan con actividades mediadas por computadora que los estudiantes deben realizar en casa (algunas actividades T2L descritas en el Capítulo 5). Esta metodología permite que los estudiantes trabajen por su cuenta con nuevos conceptos, mientras que los profesores pueden apoyar individualmente a los estudiantes que necesitan una atención especial o personalizada.

Gamificación (opcional)

Los profesores pueden introducir la ludificación en el curso para aumentar la participación de los participantes. Los alumnos pueden obtener puntos realizando las actividades propuestas en el Capítulo 5 (T2L y S2P). El profesor asigna puntos a cada equipo (o a cada alumno si el profesor considera necesario que alguna tarea se haga de forma individual) tras evaluar cada actividad y hace visible el ranking. Al final del curso, el profesor asigna puntos a cada multimedia creada y los estudiantes asignan puntos a la multimedia creada por sus compañeros.

Capítulo 5. Contenidos del curso

Al principio del curso mostramos [un video](#) que presenta los temas principales, "Introducción al marketing digital", "SEM", "Display Digital Advertising", "Sitio web", "Correo electrónico", "Social Media", "Mobile Marketing", "Analytics" y "Analytics" para tener una visión general de la estructura del curso.

La tabla muestra los nueve temas, cada uno dividido en lecciones.

TEMA	LECCIÓN
T1. Introducción al marketing digital	L1. Introducción al marketing digital L2. Tipos de medios y canales de marketing digital
T2. Marketing de motores de búsqueda	L1. Optimización de motores de búsqueda L2. Pago por clic
T3. Mostrar publicidad digital	L1. Mostrar proceso de publicidad digital L2. anuncios
T4. Sitio web	L1. Sitio web L2. Blog
T5. Correo electrónico	L1. Correo de propaganda
T6. Medios de comunicación social	L1. Marketing de medios sociales
T7. El marketing móvil	L1. Conceptos básicos del marketing móvil L2. Formas en que puede aplicar el marketing móvil
T8. Analítica	L1. Introducción a la analítica
T9. Estrategia de Mercadeo Digital	L1. Introducción a la estrategia de marketing digital L2. Estructura y proceso de creación de una estrategia de marketing digital

el **primer tema** de este curso nos introduce a los conceptos básicos del marketing digital, así como a cómo se diferencia del marketing tradicional. Los tiempos que vivimos se han vuelto impensables sin internet y las tecnologías digitales. Es simplemente imposible trabajar, pero también vivir sin Internet y las tecnologías digitales.

El marketing de motores de búsqueda (SEM) es un tipo de marketing en Internet que implica la promoción de un sitio web. ¿Cómo? Al aumentar la visibilidad del sitio en los motores de búsqueda. Incluye SEO (optimización de motores de búsqueda) y PPC (pago por clic). Dentro del segundo tema, nos centraremos en detalle en

tanto SEO como PPC. Qué significan, cómo funcionan y cómo puedes usarlos.

el tercer temase dedica al marketing digital de display. Este tema nos brindará conocimientos sobre los beneficios de la publicidad gráfica digital, sobre el proceso de visualización de la publicidad digital y sobre las ubicaciones y el diseño de estos anuncios.

el cuarto temase trata de sitios web y blogs. Por mucho que se desarrollen las redes sociales, lo que sin duda seguirá siendo la esencia de la comunicación en Internet es el sitio web de la empresa. El sitio web representa su negocio. Es un lugar donde puedes contar tu historia. Cuando termines este tema sabrás qué debe tener un sitio web para ser bueno, así como cuáles son los errores más comunes cuando se trata de un sitio web. También aprenderá por qué es útil tener un blog, así como qué tipos de blogs existen.

el quinto temade este curso nos introducirá con el email marketing. El marketing por correo electrónico es una técnica promocional que consiste en enviar mensajes comerciales, generalmente a un grupo de destinatarios, por correo electrónico. Este es uno de los canales más eficientes para la adquisición de clientes. Pero, ¿sabe a quién está enviando una campaña de marketing por correo electrónico o cómo debería ser? ¿A qué hora envía un correo electrónico y de qué manera puede realizar un seguimiento de los resultados de su campaña de marketing por correo electrónico? Esto es exactamente lo que aprenderá en este tema.

En el sexto tema Hablaremos de marketing en redes sociales. Después de este tema, conocerá mejor las redes sociales, pero también descubrirá lo que debe hacer antes de publicar su primera publicación en una de las redes sociales.

El séptimo temase trata de marketing móvil. A medida que aumenta el uso de los teléfonos móviles, las marcas también se ven obligadas a adaptar su comunicación con los consumidores a estos dispositivos. En este tema, conocerá cómo funciona el marketing móvil y cómo debe verse un sitio en un dispositivo móvil.

Una de las ventajas más importantes del marketing digital frente al tradicional es el hecho de que podemos monitorear y analizar cada comportamiento de los usuarios en Internet, así como los resultados de nuestras campañas. El octavo tema nos presentará el análisis y los pasos que debe seguir en el proceso de análisis.

Finalmente, el último tema está dedicado a la estrategia de marketing digital. En este tema aprenderemos qué tipos de estrategias de marketing digital existen, pero también cómo es la estructura y el proceso de creación de una estrategia de marketing digital.

Al crear una estrategia, define cómo logrará sus objetivos y cómo asignará los recursos necesarios para lograr esos objetivos. Con la ayuda de una estrategia, proporciona un plan a largo plazo para el desarrollo de la organización.

TEMA 1: “Introducción al marketing digital”

Este tema nos presenta los conceptos básicos del marketing digital, así como también cómo se diferencia del marketing tradicional. Los principales objetivos del tema se describen en este [video](#). Los tiempos que vivimos se han vuelto impensables sin internet y las tecnologías digitales. Es simplemente imposible trabajar, pero también vivir sin Internet y las tecnologías digitales.

A través de las próximas dos lecciones vamos a obtener las respuestas a preguntas como:

1. ¿Qué es el marketing digital?
2. En qué se diferencia el marketing digital del marketing tradicional.
3. ¿Cuáles son los beneficios del uso?
4. Qué tipos de medios existen y en qué se diferencian.
5. Cuáles son los principales canales del marketing

digital [Lección 1 Introducción al marketing digital](#)

[Lección 2 Tipos de medios y canales de marketing digital](#)

Las tablas 2 y 3 describen los materiales proporcionados al maestro para cada lección. Cada lección corresponde a una clase del profesor con sus alumnos. Los materiales (vídeos y pastillas) preparados para el profesor para aprender (T2L) también se pueden utilizar directamente en el aula (profesor para enseñar

– T2T), o se puede asignar una tarea para los alumnos, que consiste en ver los videos en casa antes de la clase (en color verde en las tablas). Esta última opción se conoce como flip-teaching, en la que se aprovecha el tiempo de clase para resolver dudas y profundizar en el proyecto. Los videos explican los conceptos teóricos de una lección, mientras que las píldoras muestran ejemplos prácticos de estos conceptos teóricos para ayudar en la comprensión. El objetivo de este curso es que los alumnos, guiados por un profesor, comprendan el concepto de Marketing Digital. Para lograr este objetivo, las actividades siguen las lecciones (T2T- en color azul) y se detalla si los estudiantes necesitan trabajar en el aula o en casa. Se proponen actividades extra (S2P – en color salmón) para aquellos profesores que quieran profundizar en el tema de la lección. Todos los materiales preparados (contenido de la lección en pdf, videos, contenido de video en pdf y fichas de actividades en pdf) están vinculados en las tablas. Los alumnos deberán entregar todas las actividades propuestas antes de la lección siguiente, momento en el que el profesor resolverá sus dudas (si los alumnos no realizan/entregan la actividad, no tendrán dudas). Luego de resolver sus dudas, los estudiantes deberán corregir sus actividades y entregarlas nuevamente al docente.

Lección	Escribe	Materiales	Descripción	Carga de trabajo del estudiante	¿Dónde trabaja el estudiante?	que hacer en clase
1 Introducción al marketing digital	T2L/T2T	Vídeo T1.L1. Introducción al marketing digital (contenido de la lección en pdf , video , contenido de video en pdf)	Conocer el marketing digital, así como aprender en qué se diferencia del marketing tradicional.	5'	en casa o en el aula	Presentar la plataforma O-city World Explica Video T1.L1 o resuelve dudas

Tabla 2. Materiales provistos para la Lección 1. Introducción al marketing digital del Tema 1. Introducción al marketing digital

Lección	Escribe	Materiales	Descripción	Carga de trabajo del estudiante	¿Dónde trabaja el estudiante?	que hacer en clase
2 Tipos de medios y canales de marketing digital	T2L/T2T	Vídeo T1.L2. Tipos de medios y canales de marketing digital (contenido de la lección en pdf , video , contenido de video en pdf)	Conocer los canales de marketing digital.	5'	en casa o en el aula	Explica Video T1.L2 o resuelve dudas
	S2P	Actividad extra EA.T1.L2.1. Descubrir y analizar canales de marketing digital (ficha de actividad en pdf)	Cada estudiante debe buscar empresas de la industria creativa y analizar su desempeño digital.	1h	En casa	

Tabla 3. Materiales provistos para la Lección 2. Tipos de medios y canales de marketing digital del Tema 1. Introducción al marketing digital

TEMA 2: “Marketing en buscadores”

El marketing de motores de búsqueda (SEM) es un tipo de marketing en Internet que implica la promoción de un sitio web. ¿Cómo? Al aumentar la visibilidad del sitio en los motores de búsqueda. Incluye SEO (optimización de motores de búsqueda) y PPC (pago por clic). Los principales objetivos del tema se describen en un [video](#). Dentro de este tema, nos centraremos en detalle tanto en SEO como en PPC. Qué significan, cómo funcionan y cómo puedes usarlos.

En la primera lección de este tema, hablaremos sobre SEO u optimización de motores de búsqueda. Qué son los motores de búsqueda, cómo funcionan y cómo puedes optimizar tu sitio web.

La segunda lección de este tema nos presentará el PPC (pago por clic) o CPC (costo por clic). Esta es una forma paga de marketing de motores de búsqueda. El anunciante paga al editor por cada clic en el anuncio.

Después de esta lección, entenderemos qué significa PPC, cómo funciona y cómo puede ser útil en los negocios.

[Lección 1 Optimización de motores de búsqueda](#)
[Lección 2 Pago por clic](#)

Las tablas 4 y 5 describen los materiales proporcionados al docente para cada lección, utilizando la misma nomenclatura (T2T, T2L, STP) y recomendaciones para usar este tema en el aula que las tablas del Tema 1.

Lección	Escribe	Materiales	Descripción	Carga de trabajo del estudiante	¿Dónde trabaja el estudiante?	que hacer en clase
1 Optimización de motores de búsqueda	T2L/T2T	Vídeo T2.L1. Optimización de motores de búsqueda (contenido de la lección en pdf , video , contenido de video en pdf)	Introducción a la optimización de motores de búsqueda y su funcionamiento.	10'	en casa o en el aula	Explicar Video T2.L1 o resolver dudas

Tabla 4. Materiales provistos para la Lección 1. Optimización de motores de búsqueda del Tema 2. Marketing de motores de búsqueda

Lección	Escribe	Materiales	Descripción	Carga de trabajo del estudiante	¿Dónde trabaja el estudiante?	que hacer en clase
2 Pago por clic	T2L/T2T	Vídeo T2.L2. Pago por clic (contenido de la lección en pdf , video , contenido de video en pdf)	Aprender qué significa PPC y cómo es el proceso de publicidad en los motores de búsqueda.	7'	en casa o en el aula	Explica Video T2.L2 o resuelve dudas

Tabla 5. Materiales proporcionados para la Lección 2. Pago por clic del Tema 2. Marketing de motores de búsqueda

TEMA 3: Mostrar publicidad digital

Hay esos anuncios que parecen seguirte en Internet. ¿Cuántas veces te ha pasado que vas a un sitio web y lo primero que ves son algunos anuncios al costado o arriba del texto? Probablemente te hayas encontrado con ellos innumerables veces hasta ahora. Son estos anuncios y esta forma de publicidad los que representan la publicidad digital. En este tema tenemos dos lecciones que lo introducirán a la publicidad digital gráfica. También aprenderemos cómo es el proceso de publicidad gráfica. Los principales objetivos del tema se describen en [un video](#).

En las dos lecciones de este tema aprenderemos:

1. ¿Cuáles son los beneficios de la publicidad gráfica digital?
2. ¿Cómo es el proceso de publicidad digital gráfica?
3. En qué ubicaciones se pueden encontrar estos anuncios y cómo deberían verse.

[Lección 1 Proceso de Publicidad Digital](#)

[DisplayLección 2 Anuncios gráficos digitales](#)

Las tablas 6 y 7 describen los materiales proporcionados al docente para cada lección, utilizando la misma nomenclatura (T2T, T2L, STP) y recomendaciones para usar este tema en el aula que las tablas del Tema 1 y 2.

Lección	Escribe	Materiales	Descripción	Carga de trabajo del estudiante	¿Dónde trabaja el estudiante?	que hacer en clase
1 Mostrar proceso de publicidad digital	T2L/T2T	Vídeo T3.L1. Mostrar proceso de publicidad digital (contenido de la lección en pdf , video , contenido de video en pdf)	Cómo es el proceso de Publicidad Digital Display.	7'	en casa o en el aula	Explicar Video T3.L1 o resolver dudas

Tabla 6. Materiales provistos para la Lección 1. Publicidad Digital Display proceso del Tema 3. Publicidad Digital Display

Lección	Escribe	Materiales	Descripción	Carga de trabajo del estudiante	¿Dónde trabaja el estudiante?	que hacer en clase
2 Mostrar anuncios digitales	T2L/T2T	Vídeo T3.L2. Mostrar anuncios digitales (contenido de la lección en pdf , video , contenido de video en pdf)	Explicación de los diferentes tipos de formatos de Display Digital Ads.	5'	en casa o en el aula	Explica Video T3.L2 o resuelve dudas

Tabla 7. Materiales provistos para la Lección 2. Mostrar anuncios digitales del Tema 3. Mostrar publicidad digital

TEMA 4: Sitio web

Por mucho que se desarrollen las redes sociales, lo que sin duda seguirá siendo la esencia de la comunicación en Internet es el sitio web de la empresa. El sitio web representa su negocio. Es un lugar donde puedes contar tu historia. Los principales objetivos del tema se describen en un [video](#). Cuando termines estas dos lecciones de este tema sabrás qué debe tener un sitio web para ser bueno, así como cuáles son los errores más comunes cuando se trata de un sitio web. También aprenderá por qué es útil tener un blog, así como qué tipos de blogs existen.

[Lección 1 Sitio
webBlog de la
lección 2](#)

Las tablas 8 y 9 describen los materiales proporcionados al docente para cada lección, usando la misma nomenclatura (T2T, T2L, STP) y recomendaciones para usar este tema en el aula que las tablas en el Tema 1, 2 y 3.

Lección	Escribe	Materiales	Descripción	Carga de trabajo del estudiante	¿Dónde trabaja el estudiante?	que hacer en clase
1 Sitio web	T2L/T2T	Vídeo T4.L1. Sitio web (contenido de la lección en pdf , video, contenido de video en pdf)	Conocer qué debe tener un sitio web para ser bueno.	5'	en casa o en el aula	Explicar Video T4.L1 o resolver dudas

Tabla 8. Materiales provistos para la Lección 1. Sitio web del Tema 4. Sitio web

Lección	Escribe	Materiales	Descripción	Carga de trabajo del estudiante	¿Dónde trabaja el estudiante?	que hacer en clase
2 Blog	T2L/T2T	Vídeo T4.L2. Blog (contenido de la lección en pdf , video, contenido de video en pdf)	Explicación de por qué es útil tener un blog y qué tipos de blogs existen.	5'	en casa o en el aula	Explicar Vídeo T4.L2 o resolver dudas

Tabla 9. Materiales provistos para la Lección 2. Blog del Tema 4. Sitio web

TEMA 5: Correo electrónico

El marketing por correo electrónico es una técnica promocional que implica el envío de mensajes comerciales, generalmente a un grupo de destinatarios, a través de correo electrónico. Este es uno de los canales más eficientes para la adquisición de clientes. Pero, ¿sabe a quién está enviando una campaña de marketing por correo electrónico o cómo debería ser? ¿A qué hora envía un correo electrónico y de qué manera puede realizar un seguimiento de los resultados de su campaña de marketing por correo electrónico? Esto es exactamente lo que aprenderá en este tema. Los principales objetivos del tema se describen en un [video](#).

[Lección 1 Marketing por correo electrónico](#)

La Tabla 10 describe los materiales proporcionados al docente para cada lección, usando la misma nomenclatura (T2T, T2L, STP) y recomendaciones para usar este tema en el aula que las tablas en el Tema 1, 2, 3 y 4.

Lección	Escribe	Materiales	Descripción	Carga de trabajo del estudiante	¿Dónde trabaja el estudiante?	que hacer en clase
1 Correo de propaganda	T2L/T2T	Vídeo T5.L1. Correo de propaganda (contenido de la lección en pdf , video , contenido de video en pdf)	Conociendo cómo funciona el email marketing.	7'	en casa o en el aula	Explicar Video T5.L1 o resolver dudas
	S2P	Actividad extra EA.T5.L1.1. Cree un correo electrónico utilizando Mailchimp u otra plataforma de marketing por correo electrónico (ficha de actividad en pdf)	Cada estudiante debe crear una cuenta en Mailchimp (u otra plataforma si lo desea) y crear un correo electrónico.	1h	en casa	Proponer el extra actividad EA.T5.L1.1.

Tabla 10. Materiales provistos para la Lección 1. Marketing por correo electrónico del Tema 5. Correo electrónico

TEMA 6: Redes Sociales

En muy poco tiempo, las redes sociales han ocupado un lugar muy importante en nuestras vidas, tanto privadas como empresariales. Cada vez hay más personas, pero también negocios que se conectan a través de las redes sociales. Como el tiempo que la gente pasa en las redes sociales es muy grande, los especialistas en marketing lo han visto como un gran lugar para promocionar y comunicarse con los consumidores.

Hoy en día, para que tu negocio sobreviva, pero también se desarrolle, debes estar presente en alguna de las plataformas.

Después de esta lección, conocerá mejor las redes sociales, pero también descubrirá lo que debe hacer antes de publicar su primera publicación en una de las redes sociales. Los principales objetivos del tema se describen en un [video](#).

[Lección 1 Marketing en redes sociales](#)

La Tabla 11 describe los materiales proporcionados al docente para cada lección, utilizando la misma nomenclatura (T2T, T2L, STP) y recomendaciones para usar este tema en el aula que las tablas en el Tema 1, 2, 3, 4 y 5.

Lección	Escribe	Materiales	Descripción	Carga de trabajo del estudiante	¿Dónde trabaja el estudiante?	que hacer en clase
1 Marketing de medios sociales	T2L/T2T	Vídeo T6.L1. Marketing de medios sociales (contenido de la lección en pdf , video , contenido de video en pdf)	Conocer mejor las redes sociales y descubrir qué se debe hacer antes de publicar su primera publicación en una de las redes sociales.	7'	en casa o en el aula	Explicar Video T6.L1 o resolver dudas
	T2T	Actividad T6.L1.1 Campañas de marketing durante la pandemia (ficha de actividad en pdf , video , contenido de video en pdf)	Encuentre y analice campañas de marketing durante la pandemia de coronavirus.	30'	En el aula	Realice la actividad T6.L1.1 en el aula. Sugerir que los alumnos realicen una presentación donde analizarán campañas.

Tabla 11. Materiales provistos para la Lección 1. Marketing en redes sociales del Tema 6. Redes sociales

TEMA 7: Marketing Móvil

¿Qué es lo primero que miras cuando te levantas por la mañana? La mayoría de ustedes, si no todos, dirán un teléfono celular. Hoy en día, eso se ha vuelto normal, porque el teléfono es necesario para que funcionemos hoy. En promedio, las personas miran un teléfono móvil 150 veces durante el día, y es el dispositivo que la gente usa con más frecuencia. El desarrollo de los teléfonos móviles ocurre casi todos los días. Las nuevas versiones, las actualizaciones del sistema salen cada vez más rápido. A medida que aumenta el uso de los teléfonos móviles, las marcas también se ven obligadas a adaptar su comunicación con los consumidores a estos dispositivos. Después de estas dos lecciones, sabrá cómo funciona el marketing móvil y cómo debe verse un sitio en un dispositivo móvil. Los principales objetivos del tema se describen en un [video](#).

[Lección 1 Conceptos básicos del marketing móvil](#)

[Lección 2 Formas en que puede aplicar el marketing móvil](#)

Las tablas 12 y 13 describen los materiales proporcionados al docente para cada lección, utilizando la misma nomenclatura (T2T, T2L, STP) y recomendaciones para usar este tema en el aula que las tablas en el Tema 1, 2, 3, 4, 5 y 6 .

Lección	Escribe	Materiales	Descripción	Carga de trabajo del estudiante	¿Dónde trabaja el estudiante?	que hacer en clase
1 Conceptos básicos del marketing móvil	T2L/T2T	Vídeo T7.L1. Conceptos básicos del marketing móvil (contenido de la lección en pdf , video , contenido de video en pdf)	Explicación de los conceptos básicos del marketing móvil.	5'	en casa o en el aula	Explicar Video T7.L1 o resolver dudas

Tabla 12. Materiales proporcionados para la Lección 1. Conceptos básicos del marketing móvil del Tema 7. Marketing móvil

Lección	Escribe	Materiales	Descripción	Carga de trabajo del estudiante	¿Dónde trabaja el estudiante?	que hacer en clase
2 Formas en que puede aplicar el marketing móvil	T2L/T2T	Vídeo T7.L2. Formas en que puede aplicar el marketing móvil (contenido de la lección en pdf , video , contenido de video en pdf)	Aprender todas las formas en que se puede aplicar el marketing móvil.	7'	en casa o en el aula	Explicar Video T7.L2 o resolver dudas

Tabla 13. Materiales provistos para la Lección 2. Formas en que puede aplicar el Marketing Móvil del Tema 7. Marketing Móvil

TEMA 8: Análisis

Una de las ventajas más importantes del marketing digital frente al tradicional es el hecho de que podemos monitorear y analizar cada comportamiento de los usuarios en Internet, así como los resultados de nuestras campañas. A lo largo de la próxima lección, nos centraremos en presentarle el análisis y los pasos que debe seguir en el proceso de análisis. Los principales objetivos del tema se describen en un [video](#).

[Lección 1 Introducción a Analytics](#)

La Tabla 14 describe los materiales proporcionados al docente para cada lección, usando la misma nomenclatura (T2T, T2L, STP) y recomendaciones para usar este tema en el aula que las tablas en el Tema 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7 .

Lección	Escribe	Materiales	Descripción	Estudiante carga de trabajo	Donde el ¿Trabajo de estudiante?	que hacer en clase
1 Introducción a la analítica	T2L/T 2T	Vídeo T8.L1. Introducción a la analítica (contenido de la lección en pdf , video , contenido de video en pdf)	Explicación de la importancia de los análisis para lograr sus objetivos comerciales.	5'	en casa o en el aula	Explicar Video T8.L1 o resolver dudas
	T2T	Actividad T8.L1.1 Analizar el sitio web elegido en la herramienta web similar(ficha de actividad en pdf , video , contenido de video en pdf)	Analizar algún sitio web en la herramienta Web similar.	30'	en casa o en el aula	Explique las actividades T8.L1.1 y (para que los estudiantes las hagan en casa) Realice la Actividad T8.L1.1 en el aula o en casa. Sugiera a los estudiantes que elijan un sitio web de alguna empresa de la industria creativa.

Tabla 14. Materiales provistos para la Lección 1. Introducción a Analytics Tema 8 Analytics.

TEMA 9: Estrategia de Marketing Digital

Ahora que estamos familiarizados con el marketing digital en sí y todos sus canales, todavía tenemos que aprender la estrategia de marketing digital. En las últimas dos lecciones, nos ocuparemos de ello. Aprenderá qué tipos de estrategias de marketing digital existen, pero también cómo es la estructura y el proceso de creación de una estrategia de marketing digital. Al crear una estrategia, define cómo logrará sus objetivos y cómo asignará los recursos necesarios para lograr esos objetivos. Con la ayuda de una estrategia, proporciona un plan a largo plazo para el desarrollo de la organización. Los principales objetivos del tema se describen en un [video](#).

[Lección 1 Introducción a la estrategia de marketing digital](#)

[Lección 2 Estructura y proceso de creación de una estrategia de marketing digital](#)

Las tablas 15 y 16 describen los materiales proporcionados al docente para cada lección, usando la misma nomenclatura (T2T, T2L, STP) y recomendaciones para usar este tema en el aula que las tablas en el Tema 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 y 8.

Lección	Escribe	Materiales	Descripción	Carga de trabajo del estudiante	¿Dónde trabaja el estudiante?	que hacer en clase
1 Introducción a la estrategia de marketing digital	T2L/T2T	Vídeo T9.L1. Introducción a la estrategia de marketing digital (contenido de la lección en pdf , video , contenido de video en pdf)	Explicación de la estrategia de marketing digital.	7'	en casa o en el aula	Explicar Video T9.L1 o resolver dudas

Tabla 15. Materiales proporcionados para la Lección 1. Introducción al marketing digital del Tema 9. Estrategia de marketing digital

Lección	Escribe	Materiales	Descripción	Carga de trabajo del estudiante	¿Dónde trabaja el estudiante?	que hacer en clase
2 Estructura y proceso de creación de una estrategia de marketing digital	T2L/T2T	Vídeo T9.L2. Estructura y proceso de creación de una estrategia de marketing digital (contenido de la lección en pdf , video , contenido de video en pdf)	Aprender el proceso de creación de una estrategia de marketing digital.	7'	en casa o en el aula	Explicar Video T9.L2 o resolver dudas
	S2P	Actividad extra EA.T9.L2.1. Crear una estrategia de marketing digital (hoja de actividad en pdf).	Cada alumno deberá realizar una estrategia de marketing digital para una empresa que haya elegido en la actividad en el Tema 8.	2 horas	en casa	Proponer la Actividad Extra EA.T9.L2.1.

Tabla 16. Materiales proporcionados para la Lección 2. Estructura y proceso de creación de una estrategia de marketing digital del Tema 9. Estrategia de marketing digital

Capítulo 6.

Este capítulo incorpora recursos complementarios y herramientas recomendadas para los cuatro temas de este curso:

1. Tema 2. SEM
 - [AdWords de Google](#)
2. Tema 5. Correo electrónico
 - [mailchimp](#)
3. Tema 6. Redes Sociales
 - [Canva](#) (para crear el contenido)
 - [Perspectivas de la audiencia](#)
4. Tema 8. Análisis
 - [Web similares](#)
 - [Google analítico](#)

Capítulo 7. Evaluación

Este capítulo se divide en dos secciones, la evaluación del docente y la evaluación de sus alumnos.

Evaluación del profesorado para la obtención del certificado Europass

El curso de concepto Marketing Digital para la Economía Naranja está disponible en formato abierto en <https://poliformat.upv.es/x/uW1FgK>, para que los docentes tengan todos los recursos para implementar el proyecto en su salón de clases.

Si los profesores están interesados en obtener un certificado, deben matricularse en una de las ediciones del curso que ofrece el CFP UPV (Centro de Formación de Posgrado de la Universitat Politècnica de València) <http://www.cfp.upv.es/>), que se anunciará en nuestro [web](#).

Los profesores serán evaluados mediante pruebas, que aseguran que los contenidos (T2L) han sido asimilados correctamente. De esta forma, los profesores pueden demostrar la correcta comprensión de los materiales del módulo y obtener el certificado Europass.

Capítulo 8. Camino para adquirir

En este capítulo se define el camino en el curso de Marketing Digital para la Economía Naranja para adquirir competencias. Como se concluyó en el WP5, estamos trabajando con las competencias DIGCOMP (Ferrari, 2013) y ENTRECOMP (Bacigalupo, Kampylis, Punie y Van den Brande, 2016).

Competencias DIGCOMP

En esta sección identificamos las competencias DIGCOMP que trabajarán los estudiantes en cada una de las actividades propuestas del curso de contenido Marketing Digital para la Economía Naranja. Las actividades propuestas ayudarán a los estudiantes a desarrollar estas competencias a través de 3 niveles de dominio: A (básico), B (intermedio) y C (avanzado). La lista de indicadores para el desarrollo de competencias digitales se incluyen en las Tablas AI1 y AI2, y la lista de descriptores de resultados de aprendizaje para cada competencia y nivel de dominio (Tablas AI3-A.II.5). Utilizando los descriptores de resultados de aprendizaje de las competencias digitales, se ha identificado el nivel de dominio que los estudiantes pueden desarrollar al realizar las actividades propuestas. La Tabla 17 detalla esta información para los temas 1, 5, 6, 8 y 9 de este curso, respectivamente. Para cada lección,

Competencias de ENTRECOMP

En este apartado identificamos las competencias de ENTRECOMP que trabajarán los estudiantes en cada una de las actividades propuestas del curso Marketing Digital para la Economía Naranja. Las actividades propuestas ayudarán a los estudiantes a desarrollar estas competencias a través de 3 niveles de dominio: A (básico), B (intermedio) y C (avanzado). Estos niveles de competencia se resumen en el Anexo II (Tabla A.II.1). ENTRECOMP no ofrece una lista de indicadores para el desarrollo de las competencias emprendedoras, sino una lista detallada de descriptores de resultados de aprendizaje para cada competencia y nivel de dominio (Tablas A.II.2-A.II.16). Utilizando estas listas de descriptores de resultados de aprendizaje, se ha identificado el nivel de competencia que los estudiantes pueden desarrollar al realizar las actividades propuestas. La Tabla 18 detalla esta información para los temas 1, 5, 6, 8 y 9 que son los que tienen actividades T2T y S2P, respectivamente. Para cada lección, las actividades (T2T) se representan en color azul y las actividades adicionales (S2P) se representan en color salmón (consulte la descripción de las actividades en el Capítulo 5).

		Tema 1 Lección 2	Tema 5 Lección 1	Tema 6 Lección 1	Tema 8 Lección 1	Tema 9 Lección 2
		T1.L2.1	T5.L1.1	T6.L1.1	T8.L1.1	T9.L2.1
INFORMACIÓN ALFABETIZACIÓN DE DATOS	1.1 Navegación, búsqueda y filtrado de datos, información y contenidos digitales	A			A	
	1.2 Evaluación de datos, información y contenido digital	A				
	1.3 Gestión de datos, información y contenidos digitales					
COMUNICACIÓN COLABORACIÓN	2.1 Interactuando a través de tecnologías digitales	A	A	B	A	A
	2.2 Compartir a través de tecnologías digitales		A	B	A	A
	2.3 Comprometerse con la ciudadanía a través de las tecnologías digitales					
	2.4 Colaborando a través de tecnologías digitales					
	2.5 Netiqueta					
	2.6 Gestión de la identidad digital					
DIGITALCREACIÓN DE CONTENIDO	3.1 Desarrollo de contenido digital		A	B		A
	3.2 Integración y reelaboración de contenidos digitales					
	3.3 Derechos de autor y licencias					
	3.4 Programación					
LA SEGURIDAD	4.1 Dispositivos de protección					
	4.2 Protección de datos personales y privacidad					
	4.3 Protección de la salud y el bienestar					
	4.4 Protección del medio ambiente					
SOLUCIÓN DE PROBLEMAS	5.1 Resolución de problemas técnicos					
	5.2 Identificación de necesidades y respuestas tecnológicas					
	5.3 Uso creativo de tecnologías digitales		A	B	A	A
	5.4 Identificación de brechas de competencia digital					

Tabla 17. Competencias de DIGICOMP desarrolladas con las actividades propuestas en el Tema 1, 5, 6, 8 y 9.

		Tema 1 Lección 2	Tema 5 Lección 1	Tema 6 Lección 1	Tema 8 Lección 1	Tema 9 Lección 2
		T1.L1.1	T1.L1.2	T1.L1.1	T1.L2.1	T1.L2.2
IDEAS Y OPORTUNIDADES	1.1 Detectar oportunidades	A	A		A	
	1.2 Creatividad		B	B		A
	1.3 Visión		B			A
	1.4 Valoración de ideas		B			
	1.5 Pensamiento ético y sostenible					
RECURSOS	2.1 Autoconocimiento y autoeficacia	A				
	2.2 Motivación y constancia	A				
	2.3 Movilización de recursos					
	2.4 Educación financiera y económica					
	2.5. Movilizando a otros					
EN ACCIÓN	3.1 Tomar la iniciativa		B	B	A	A
	3.2 Planificación y gestión		B	B	A	
	3.3 Hacer frente a la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo					
	3.4 Trabajar con otros					
	3.5. Aprendiendo a través de la experiencia	A	B	B	A	A

Tabla 18. Competencias ENTRECOMP desarrolladas con las actividades propuestas en el Tema 1, 5, 6, 8 y 9.

Capítulo 9. Otra formación relacionada con el Marketing Digital

En este capítulo, los profesores pueden encontrar más materiales de aprendizaje de otros módulos de O-City con actividades que se pueden implementar en el aula mientras se implementa la multimedia basada en video. El profesorado decidirá qué recursos llevar a su aula en función de su realidad docente. De esta manera, los docentes adaptarán la ruta de aprendizaje de sus alumnos enfocándose en habilidades técnicas, culturales, de propiedad intelectual, de negocios y/o blandas.

Módulo I. Patrimonio y Propiedad Intelectual

En esta sección los profesores encontrarán recursos didácticos y de aprendizaje sobre contenidos básicos relacionados con el patrimonio y la propiedad intelectual. Este módulo se divide en dos cursos, que se pueden abrir usando su enlace:

- I.1 [Herencia](#)
- I.2 [Propiedad intelectual](#)

Módulo III. Negocio

En esta sección los profesores encontrarán recursos didácticos y de aprendizaje sobre contenidos básicos relacionados con las competencias empresariales y de emprendimiento. El módulo se divide en 6 cursos, que se pueden abrir usando su enlace:

- III.1 [modelos de negocio](#)
- III.2 [Publicidad digital](#)
- III.3 [Marca](#)
- III.4 [finanzas empresariales](#)
- III.5 [Probando ideas de negocios](#)
- III.6 [Terreno de juego.](#)

Módulo IV. Habilidades blandas

En esta sección los docentes encontrarán recursos didácticos y de aprendizaje para estimular la creatividad, el pensamiento crítico y las habilidades interpersonales como herramienta para mejorar la integración profesional. Estos son los tres cursos del módulo, que se pueden abrir usando su enlace:

- IV.1 [Habilidades interpersonales](#)
- IV.2 [Creatividad](#)
- IV.3 [Pensamiento crítico](#)

Bibliografía

- Marketing digital, por Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick
- El arte del marketing digital: la guía definitiva para crear campañas en línea estratégicas, específicas y medibles, por Ian Dodson
- Marketing de contenido épico: Cómo contar una historia diferente, superar el desorden y ganar más clientes con menos marketing, libro de Joe Pulizzi

Anexo I. DIGCOMP: marco para desarrollar y comprender las competencias digitales

DIGCOMP (Ferrari, 2013) define una lista de 5 áreas de competencia (Dimensión 1: Información, comunicación, creación de contenido, seguridad y resolución de problemas), cada una con varias competencias como marco para desarrollar y comprender las competencias digitales en Europa. DIGCOMP nos proporciona indicadores para el desarrollo de la competencia digital, mostrados en Tablas

AI1 y AI2., con tres niveles de competencia: A (nivel básico), B (nivel intermedio) y C (nivel avanzado). Además, DIGCOMP también describe descriptores de resultados de aprendizaje para cada competencia, que se recogen en las tablas AI3, AI4 y AI5.

	Llegar a A	Pasando de A a B	Pasando de B a C
Información	<ul style="list-style-type: none"> Comprender qué es un motor de búsqueda Descubrir cómo hacer búsquedas con palabras simples Comprender cómo guardar contenido e información Comprender qué información está cubierta por los derechos de autor Comprender que cómo confiar en la información en línea 	<ul style="list-style-type: none"> Conocer y utilizar métodos de búsqueda eficaces. Descubrir cómo juzgar la información y usar estas estrategias. Averiguar cómo mantener los archivos y el contenido con regularidad e implementar prácticas. Entender términos como copyright, copy left y creative commons. 	<ul style="list-style-type: none"> Descubrir y probar una gama más amplia de técnicas y estrategias de búsqueda. Conocer cómo cruzar y filtrar la información y utilizar estas estrategias. Descubrir y probar una gama más amplia de métodos y herramientas para organizar la información. Comprender los diferentes tipos de licencias y cómo aplicarlas.
Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Conocer los diferentes canales de comunicación digital Entender cómo usar algunas herramientas de comunicación Tomar conciencia de los principios básicos para comunicarse a través de medios digitales Tomar conciencia de cómo utilizar las tecnologías para cooperar con los demás. 	<ul style="list-style-type: none"> Descubrir y probar más formas de comunicarse con los demás. Descubrir y usar regularmente formas de compartir archivos y contenido con otros. Garantizar que las herramientas cooperativas se utilicen con la mayor regularidad posible y ver oportunidades cuando surjan necesidades. Infórmese sobre los servicios en línea Descubriendo la netiqueta 	<ul style="list-style-type: none"> Descubrir y probar una amplia gama de herramientas y dispositivos de comunicación. Descubrir y probar estos en el contexto de su coincidencia con las necesidades y el propósito. Descubrir una amplia gama de dispositivos y herramientas para compartir información e identificar cuáles de estas herramientas y dispositivos se adaptan mejor a las diferentes necesidades y propósitos. Involucrarse en la participación cívica en línea Comprender las diferencias culturales.
Contenido-creación	<ul style="list-style-type: none"> Conocer diferentes herramientas, software y paquetes para producir contenidos Entender cómo usar algunas herramientas simples Comprender cómo modificar el contenido 	<ul style="list-style-type: none"> Conocer y utilizar las diferentes formas en que las TIC pueden producir contenidos. Familiarizarse con las herramientas multimedia. Entender cómo aplicar licencias al contenido que uno ha producido Descubrir las herramientas que admiten la creación de nuevos programas o aplicaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Seleccionando formas de producir contenido que no son tan familiares y usándolos en contextos apropiados para las necesidades y el propósito. Descubrir y usar formas de editar y refinar el contenido. Descubrir y utilizar formas expertas de combinar contenido existente, como mash-up. Familiarizarse con los diferentes tipos de licencias. Aprender a codificar y programar.

Tabla AI1. Indicadores para el desarrollo de la competencia digital: Información, Comunicación, Creación de Contenidos.

	Llegar a A	Pasando de A a B	Pasando de B a C
La seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Descubrir medios simples de protección (contraseñas, antivirus, evitar compartir información) • Comprender cómo protegerse de la adicción o el ciberacoso 	<ul style="list-style-type: none"> • Encontrar detalles de la información que no debe compartirse en línea y tener oportunidades para poner esto en práctica. • Conocer y utilizar una gama de herramientas para proteger los dispositivos digitales. • Conocer el impacto de las tecnologías en el medio ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer y utilizar una amplia gama de estrategias de protección y cómo se aplican a las identidades en línea. • Saber cómo cambiar la seguridad en línea y la configuración de privacidad, y monitorearlos y ajustarlos regularmente según sea necesario, cotejándolos con la práctica de los expertos. • Tener acceso a fuentes expertas que detallan los diferentes problemas de privacidad y cómo abordarlos en la práctica. • Conocer el impacto de las tecnologías en la sociedad
resolución de problemas	<ul style="list-style-type: none"> • Descubrir medios simples de protección (contraseñas, antivirus, evitar compartir información) • Comprender cómo protegerse de la adicción o el ciberacoso 	<ul style="list-style-type: none"> • Tener acceso a fuentes o centros que demuestren tecnologías digitales y tener la oportunidad de explorar su uso de acuerdo a las necesidades personales. • Tener acceso a fuentes o centros que ofrezcan asesoramiento técnico y permitan al individuo adquirir experiencia personal en la resolución de problemas técnicos. • Creación de una red propia de expertos a los que acudir en busca de ayuda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tener acceso a una variedad de consejos de expertos relacionados con nuevas herramientas, dispositivos, aplicaciones, software y servicios, para brindar oportunidades para revisarlos en términos de necesidades y propósitos personales actuales o futuros. • Tener acceso a asesoramiento técnico experto que demuestre cómo resolver los problemas técnicos que se presenten y poder utilizarlo en la práctica. • Tener acceso a un medio para verificar la competencia personal y ser dirigido a fuentes para actualizar las áreas de competencia que se identifican como débiles. • Conocer el potencial de las tecnologías en la resolución de problemas complejos o cognitivos. problemas

Tabla A12. Indicadores para el desarrollo de la competencia digital: Seguridad, Resolución de problemas

	Competencia	Una fundación	B-Intermedio	C-Avanzado
Información	Navegación, búsqueda y filtrado información	Puedo hacer algunas búsquedas en línea a través de motores de búsqueda. Sé que diferentes motores de búsqueda pueden proporcionar resultados diferentes.	Puedo navegar por Internet para obtener información y puedo buscar información en línea. Puedo articular mis necesidades de información y puedo seleccionar la información adecuada información que encuentro.	Puedo utilizar una amplia gama de estrategias de búsqueda cuando busco información y navego por Internet. Puedo filtrar y monitorear la información que recibo. Sé a quién seguir en lugares para compartir información en línea (por ejemplo, micro-blogging).
	Evaluación de la información	Sé que no toda la información en línea es confiable.	Puedo comparar diferentes fuentes de información.	Soy crítico con la información que encuentro y puedo cotejar y evaluar su validez y credibilidad.
	Almacenamiento y recuperación de información	Sé cómo guardar archivos y contenido (por ejemplo, textos, imágenes, música, videos y páginas web). Sé cómo volver al contenido que tengo salvado.	Puedo guardar, almacenar o etiquetar archivos, contenido e información y tengo mi propia estrategia de almacenamiento. Puedo recuperar y administrar la información y el contenido que he guardado o almacenado.	Puedo aplicar diferentes métodos y herramientas para organizar archivos, contenido e información. Puedo implementar un conjunto de estrategias para recuperar el contenido que yo u otros hemos organizado y almacenado.
Comunicación	Interactúan a través de tecnologías	Puedo interactuar con otros utilizando las funciones básicas de las herramientas de comunicación (por ejemplo, teléfono móvil, VoIP, chat o correo electrónico).	Puedo usar varias herramientas digitales para interactuar con otros utilizando funciones más avanzadas de las herramientas de comunicación (por ejemplo, teléfono móvil, VoIP, chat, correo electrónico).	Me dedico al uso de una amplia gama de herramientas para la comunicación en línea (correos electrónicos, chats, SMS, mensajería instantánea, blogs, micro-blogs, SNS). Puedo adoptar modos digitales y formas de comunicación que mejor se adapten al propósito. Puedo adaptar el formato y las formas de comunicación a mi audiencia. yo puedo gestionar los diferentes tipos de comunicación que recibo.
	Compartir información y contenido	Puedo compartir archivos y contenido con otros a través de medios tecnológicos simples (por ejemplo, enviar archivos adjuntos a correos electrónicos, cargar imágenes en Internet, etc.)	Puedo participar en sitios de redes sociales y comunidades en línea, donde transmito o comparto conocimiento, contenido e información.	Puedo compartir activamente información, contenido y recursos con otros a través de comunidades en línea, redes y plataformas de colaboración.
	Atractivo en ciudadanía en línea	Conozco esa tecnología se puede usar para interactuar con servicios y uso pasivamente algunos (por ejemplo: comunidades en línea, gobierno, hospital o centros médicos, banco).	Puedo utilizar activamente algunas características básicas de los servicios en línea (por ejemplo: gobierno, hospitales o centros médicos, banco, servicios de administración electrónica, etc.).	Estoy participando activamente en espacios en línea. Sé cómo involucrarme activamente en la participación en línea y puedo usar varios servicios en línea diferentes.
	colaborando a través de canales digitales	Puedo colaborar con otros utilizando tecnologías tradicionales (por ejemplo, correo electrónico).	Puedo crear y discutir resultados en colaboración con otros usando herramientas digitales simples.	Con frecuencia y con confianza utilizo varias herramientas y medios de colaboración digital para colaborar con otros en la producción y el intercambio de recursos, conocimientos y contenido.
	Netiqueta	Conozco las normas básicas de comportamiento que se aplican cuando me comunico con otros usando medios digitales. herramientas	Conozco los principios de la etiqueta en línea y puedo aplicarlos en mi propio contexto.	Puedo aplicar los diversos aspectos de la etiqueta en línea a diferentes espacios y contextos de comunicación digital. He desarrollado Estrategias para descubrir conductas inapropiadas.

	Gestión de la identidad digital	Soy consciente de los beneficios y riesgos relacionados con la identidad digital.	Puedo dar forma a mi identidad digital en línea y realizar un seguimiento de mi huella digital.	Puedo manejar varias identidades digitales según el contexto y el propósito, puedo monitorear la información y los datos que produzco a través de mi interacción en línea, sé cómo proteger mi reputación digital.
--	---------------------------------	---	---	--

Tabla AI3. Descriptores de resultados de aprendizaje por competencias en áreas de Información y Comunicación.

	Competencia	Una fundación	B-Intermedio	C-Avanzado
Creación de contenido	Desarrollan doconteni do	Puedo crear contenido digital simple (por ejemplo, texto, tablas, imágenes, audio, etc.).	Puedo producir contenido digital en diferentes formatos, incluyendo multimedia (por ejemplo, texto, tablas, imágenes, audio, etc.).	Puedo producir contenido digital en diferentes formatos, plataformas y entornos. Puedo usar una variedad de herramientas digitales para crear contenido multimedia original.
	integrando y re-elaborando	Puedo hacer cambios básicos al contenido que otros han producido.	Puedo editar, refinar y modificar el contenido que yo u otros hemos producido.	Puedo combinar elementos de contenido existentes para crear otros nuevos.
	Derechos de autory licencias	Sé que parte del contenido que uso puede estar cubierto por derechos de autor.	Tengo conocimientos básicos de las diferencias entre copyright, copy left y creative commons y puedo aplicar algunas licencias al contenido que creo.	Sé cómo se aplican los diferentes tipos de licencias a la información y los recursos que uso y creo
	Programación	puedo modificar algunosFunción simple de software y aplicaciones (aplicar configuraciones básicas).	Puedo aplicar varias modificaciones al software y las aplicaciones (configuración avanzada, modificaciones básicas del programa).	Puedo interferir (abrir) programas, modificar, cambiar o escribir código fuente, puedo codificar y programar en varios idiomas, entiendo los sistemas y funciones que hay detrás programas
La seguridad	Proteger dispositivos	Puedo usar pasos básicos para proteger mis dispositivos (por ejemplo: uso de antivirus, contraseñas, etc.).	Sé cómo proteger mis dispositivos digitales, actualizo mi estrategias de seguridad.	Con frecuencia actualizo mis estrategias de seguridad. yo puedo tomar medidas cuando el dispositivo está bajo amenaza.
	Protección de datos personales	Sé que solo puedo compartir ciertos tipos de información sobre mí u otros en entornos en línea.	Puedo proteger mi privacidad en línea y la de otros. Tengo una comprensión general de los problemas de privacidad y tengo un conocimiento básico de cómo se recopilan y utilizan mis datos.	A menudo cambio la configuración de privacidad predeterminada de los servicios en línea para mejorar la protección de mi privacidad. Tengo un conocimiento informado y amplio de los problemas de privacidad. y sé cómo se recopilan y utilizan mis datos.
	Protegers alud	Sé cómo evitar el acoso cibernético. Sé que la tecnología puede afectar mi salud, si se usa mal.	Sé cómo protegerme a mí mismo y a los demás del acoso cibernético y entiendo los riesgos para la salud asociados con el uso de tecnologías (desde aspectos ergonómicos hasta adicción a las tecnologías).	Soy consciente del uso correcto de las tecnologías para evitar problemas de salud. Sé cómo encontrar un buen equilibrio entre los mundos en línea y fuera de línea.
	Protegerel entorno	Tomo medidas básicas para ahorrar energía.	Entiendo los aspectos positivos y negativos del uso de la tecnología sobre el medio ambiente.	Tengo una postura informada sobre el impacto de las tecnologías en la vida cotidiana, el consumo en línea, y el medio ambiente

Tabla AI4. Descriptores de resultados de aprendizaje por competencias en las áreas de Creación de Contenidos y Seguridad.

	Competencia	Una fundación	B-Intermedio	C-Avanzado
resolución de problemas	Resolviendo problemas técnicos	Puedo solicitar apoyo y asistencia específicos cuando las tecnologías no funcionan o cuando se utiliza un nuevo dispositivo, programa o aplicación.	Puedo resolver problemas fáciles que surgen cuando las tecnologías no funcionan.	Puedo resolver una amplia gama de problemas que surgen del uso de la tecnología.
	Identificación de necesidades y respuestas tecnológicas	Puedo usar algunas tecnologías para resolver problemas, pero para tareas limitadas. Puedo tomar decisiones al elegir una herramienta digital para una práctica de rutina.	Entiendo lo que la tecnología puede hacer por mí y lo que no. Puedo resolver tareas no rutinarias explorando posibilidades tecnológicas. Puedo seleccionar la herramienta apropiada de acuerdo con el propósito y puedo evaluar la efectividad de la herramienta.	Puedo tomar decisiones informadas al elegir una herramienta, dispositivo, aplicación, software o servicio para la tarea con la que no estoy familiarizado. Soy consciente de los nuevos desarrollos tecnológicos. Entiendo cómo funcionan y funcionan las nuevas herramientas. Puedo evaluar críticamente qué herramienta sirve mejor a mis propósitos.
	Innovando y usando creativamente la tecnología.	Sé que las tecnologías y las herramientas digitales se pueden usar con fines creativos y puedo hacer un uso creativo de las tecnologías.	Puedo usar tecnologías para resultados creativos y puedo usar tecnologías para resolver problemas (es decir, visualizar un problema). Colaboro con otros en la creación de productos innovadores y creativos, pero no tomo la iniciativa.	Puedo resolver problemas conceptuales aprovechando las tecnologías y herramientas digitales, puedo contribuir a la creación de conocimiento a través de medios tecnológicos, puedo participar en acciones innovadoras mediante el uso de tecnologías. Colaboro proactivamente con otros para producir productos creativos e innovadores.
	Identificar la competencia digital brechas	Tengo algunos conocimientos básicos, pero soy consciente de mis límites a la hora de utilizar tecnologías.	Sé cómo aprender a hacer algo nuevo con las tecnologías.	Frecuentemente actualizo mis necesidades de competencia digital.

Tabla A15. Descriptores de resultados de aprendizaje por competencias en el área de Resolución de Problemas.

Anexo II. EntreComp: el marco de competencias para emprender

EntreComp (Bacigalupo, Kampylis, Punie, & Van den Brande, 2016) define una lista de 3 áreas de competencia (Ideas y oportunidades, Recursos, En acción), cada una con varias competencias como marco con descriptores de resultados de aprendizaje para promover la competencia emprendedora en la educación y el trabajo.

El modelo de progresión de EntreComp consta de cuatro niveles principales, Foundation, Intermediate, Advanced y Expert, cada uno dividido en dos subniveles. Sin embargo, los cursos de O-City desarrollarán solo los tres primeros niveles, como en DIGCOMP: A (nivel básico), B (nivel intermedio) y C (nivel avanzado). La Tabla A.II.1 muestra una descripción general de los descriptores de resultados de aprendizaje proporcionados por EntreComp, que se detallan en las Tablas A.II.2 - A.II.16.

	Competencia	Una fundación	B-Intermedio	C-Avanzado
Ideas y oportunidades	Detectar oportunidades	Los estudiantes pueden encontrar oportunidades para generar valor para los demás.	Los alumnos pueden reconocer oportunidades para abordar necesidades que no se han satisfecho.	Los estudiantes pueden aprovechar y dar forma a las oportunidades para responder a los desafíos y crear valor para los demás.
	Creatividad	Los estudiantes pueden desarrollar múltiples ideas que crean valor para otros.	Los estudiantes pueden probar y refinar ideas que crean valor para otros.	Los estudiantes pueden transformar ideas en soluciones que crean valor para otros.
	Visión	Los alumnos pueden imaginar un futuro deseable.	Los alumnos pueden construir una visión inspiradora que atraiga otros.	Los estudiantes pueden usar su visión para guiar la toma de decisiones estratégicas.
	Valorando ideas	Los alumnos pueden comprender y apreciar el valor de ideas	Los estudiantes entienden que las ideas pueden tener diferentes tipos de valor, que se pueden utilizar de diferentes maneras.	Los alumnos pueden desarrollar estrategias para aprovechar al máximo el valor generado por las ideas.
	Pensamiento ético y sostenible	Los alumnos pueden reconocer el impacto de sus elecciones y comportamientos, tanto dentro de la comunidad como en el ambiente.	Los estudiantes se guían por la ética y la sostenibilidad al tomar decisiones.	Los alumnos actúan para asegurarse de que se cumplan sus objetivos éticos y de sostenibilidad.
Recursos	Autoconocimiento y autoeficacia	Los estudiantes confían en su propia capacidad para generar valor para los demás.	Los estudiantes pueden aprovechar al máximo sus fortalezas y debilidades.	Los alumnos pueden compensar sus debilidades formando equipo con otros y desarrollando aún más sus puntos fuertes.
	Motivación y perseverancia.	Los estudiantes quieren seguir su pasión y crear valor para los demás.	Los estudiantes están dispuestos a poner esfuerzo y recursos para seguir su pasión y crear valor para los demás.	Los estudiantes pueden mantenerse enfocados en su pasión y seguir creando valor a pesar de los contratiempos.
	Movilizando recursos	Los alumnos pueden encontrar y utilizar los recursos de manera responsable.	Los alumnos pueden recopilar y administrar diferentes tipos de recursos para crear valor para los demás.	Los alumnos pueden definir estrategias para movilizar los recursos que necesitan para generar valor para los demás.
	Financiero y alfabetización económica	Los alumnos pueden elaborar el presupuesto para una actividad sencilla.	Los alumnos pueden encontrar opciones de financiación y gestionar un presupuesto para su actividad de creación de valor.	Los alumnos pueden hacer un plan para la sostenibilidad financiera de una actividad de creación de valor.
	Movilizando a otros	Los estudiantes pueden comunicar sus ideas claramente y con entusiasmo.	Los alumnos pueden persuadir, involucrar e inspirar a otros en actividades creadoras de valor.	Los estudiantes pueden inspirar a otros y conseguir que participen en el valor. creando actividades.
En acción	Tomando la iniciativa	Los estudiantes están dispuestos a intentar resolver problemas. que afectan a sus comunidades.	Los alumnos pueden iniciar actividades de creación de valor.	Los alumnos pueden buscar oportunidades para tomar la iniciativa de agregar o crear valor.
	Planificación y gestión	Los alumnos pueden definir los objetivos de una actividad sencilla de creación de valor.	Los alumnos pueden crear un plan de acción, que identifica las prioridades y los hitos para lograr sus objetivos.	Los alumnos pueden refinar las prioridades y los planes para adaptarse a las circunstancias cambiantes.
	Hacer frente a la incertidumbre, ambigüedad y riesgo	Los estudiantes no tienen miedo de cometer errores al probar cosas nuevas.	Los alumnos pueden evaluar los beneficios y riesgos de las opciones alternativas y tomar decisiones que reflejen sus preferencias.	Los alumnos pueden sopesar los riesgos y tomar decisiones a pesar de la incertidumbre y la ambigüedad.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Trabajando con otros	Los estudiantes pueden trabajar en equipo para crear valor.	Los estudiantes pueden trabajar junto con una amplia gama de individuos y grupos para crear valor.	Los estudiantes pueden construir un equipo y redes basadas en las necesidades de su actividad de creación de valor.
aprendiendo a través de experiencia	Los alumnos pueden reconocer lo que han aprendido al participar en actividades de creación de valor.	Los alumnos pueden reflexionar y juzgar sus logros y fracasos y aprender de ellos.	Los estudiantes pueden mejorar sus habilidades para crear valor aprovechando sus experiencias previas e interacciones con otros.

Cuadro A.II.1. Descripción general de EntreComp

Arkansasca da uno	Ideas y oportunidades	Competencia	Detectar oportunidades
Insinuación	Use su imaginación y habilidades para identificar oportunidades para crear valor.		
descriptor	Identifique y aproveche las oportunidades para crear valor explorando el panorama social, cultural y económico. Identificar necesidades y desafíos que necesita ser satisfecha. Establezca nuevas conexiones y reúna elementos dispersos del paisaje para crear oportunidades para crear valor.		
Niveles de competencia			
Una fundación	B - Intermedio	C - Avanzado	
<p>Puedo encontrar oportunidades para ayudar a otros/ Puedo reconocer oportunidades para crear valor en mi comunidad y entorno.</p> <p>Puedo encontrar diferentes ejemplos de desafíos que necesitan soluciones/ Puedo reconocer desafíos en mi comunidad y entorno que puedo contribuir a resolver.</p> <p>Puedo encontrar ejemplos de grupos que se han beneficiado de una solución a un problema dado/ Puedo identificar necesidades en mi comunidad y entorno que no han sido satisfechas.</p> <p>Puedo notar la diferencia entre diferentes áreas donde se puede crear valor (por ejemplo, en el hogar, en la comunidad, en el medio ambiente o en la economía o la sociedad) / Puedo reconocer los diferentes roles que juegan los sectores público, privado y terciario en mi región o país.</p>	<p>Puedo explicar lo que constituye una oportunidad para crear valor/Puedo buscar proactivamente oportunidades para crear valor, incluso por necesidad.</p> <p>Puedo identificar oportunidades para resolver problemas de formas alternativas. Puedo redefinir la descripción de un desafío, de modo que las oportunidades alternativas para abordarlo se hagan evidentes.</p> <p>Puedo reconocer los diferentes roles que juegan los sectores público, privado y terciario en mi región o país/ Puedo establecer qué grupo de usuarios y qué necesidades quiero abordar a través de la creación de valor.</p> <p>Puedo notar la diferencia entre contextos para crear valor (por ejemplo, comunidades y redes informales, organizaciones existentes, el mercado)/ Puedo identificar mis oportunidades personales, sociales y profesionales para crear valor, tanto en organizaciones existentes como creando nuevas empresas. .</p>	<p>Puedo describir diferentes enfoques analíticos para identificar oportunidades empresariales/puedo usar mi conocimiento y comprensión del contexto para generar oportunidades para crear valor.</p> <p>Puedo desarmar prácticas establecidas y desafiar el pensamiento dominante para crear oportunidades y ver los desafíos de diferentes maneras. Puedo juzgar el momento adecuado para aprovechar la oportunidad de crear valor.</p> <p>Puedo llevar a cabo un análisis de necesidades que involucre a las partes interesadas relevantes. Puedo identificar desafíos relacionados con las necesidades e intereses contrastantes de las diferentes partes interesadas.</p> <p>Puedo identificar los límites del sistema que son relevantes para mi actividad de creación de valor (o la de mi equipo). Puedo analizar una actividad de creación de valor existente observándola como un todo e identificando oportunidades para desarrollarla más.</p>	

Tabla A.II.2 Descriptores de resultados de aprendizaje de la competencia Detectando Oportunidades (Área Ideas y Oportunidades)

Área	Ideas y oportunidades	Competencia	Creatividad
Insinuación	Desarrollar ideas creativas y con propósito.		
descriptor	Desarrollar varias ideas y oportunidades para crear valor, incluidas mejores soluciones para los desafíos existentes y nuevos. Explore y experimente con enfoques innovadores. Combina conocimientos y recursos para lograr efectos valiosos.		
Niveles de competencia			
	Una fundación	B - Intermedio	C - Avanzado
	<p>Puedo demostrar que tengo curiosidad por cosas nuevas/ puedo explorar nuevas formas de hacer uso de los recursos existentes.</p> <p>Puedo desarrollar ideas que resuelvan problemas que son relevantes para mí y mi entorno/ Solo y como parte de un equipo, puedo desarrollar ideas que crean valor para los demás.</p> <p>Puedo abordar problemas abiertos (problemas que pueden tener muchas soluciones) con curiosidad. Puedo explorar problemas abiertos de muchas maneras para generar múltiples soluciones.</p> <p>Puedo ensamblar objetos que crean valor para mí y para otros/puedo mejorar productos, servicios y procesos existentes para que satisfagan mejor mis necesidades o las de mis compañeros y la comunidad.</p> <p>Puedo encontrar ejemplos de productos, servicios y soluciones innovadores/Puedo describir cómo algunas innovaciones han transformado la sociedad.</p>	<p>Puedo experimentar con mis habilidades y competencias en situaciones que son nuevas para mí/ Puedo buscar activamente nuevas soluciones que satisfagan mis necesidades.</p> <p>Puedo experimentar con diferentes técnicas para generar soluciones alternativas a los problemas, utilizando los recursos disponibles de manera efectiva/ Puedo probar el valor de mis soluciones con los usuarios finales.</p> <p>Puedo participar en dinámicas de grupo destinadas a definir problemas abiertos. Puedo remodelar problemas abiertos para adaptarlos a mis habilidades.</p> <p>Puedo identificar las funciones básicas que debe tener un prototipo para ilustrar el valor de mi idea/Puedo ensamblar, probar y refinar progresivamente prototipos que simulen el valor que quiero crear.</p> <p>Puedo diferenciar entre tipos de innovaciones (por ejemplo, innovación de proceso frente a innovación de producto e innovación social, innovación incremental frente a disruptiva)/ Puedo juzgar si una idea, producto o proceso es innovador o simplemente nuevo para mí.</p>	<p>Puedo buscar activamente nuevas soluciones que mejoren el proceso de creación de valor. Puedo combinar mi comprensión de diferentes contextos para transferir conocimientos, ideas y soluciones a través de diferentes áreas.</p> <p>Puedo describir diferentes técnicas para probar ideas innovadoras con los usuarios finales. Puedo establecer procesos para involucrar a las partes interesadas en la búsqueda, el desarrollo y la prueba de ideas.</p> <p>Puedo describir y explicar diferentes enfoques para dar forma a problemas abiertos y diferentes estrategias de resolución de problemas. Puedo ayudar a otros a crear valor fomentando la experimentación y usando técnicas creativas para abordar problemas y generar soluciones.</p> <p>Puedo crear (solo o con otros) productos o servicios que resuelvan mis problemas y mis necesidades/puedo desarrollar y entregar valor por etapas, lanzando con las características principales de mi idea (o la de mi equipo) y agregando más progresivamente.</p> <p>Puedo describir cómo se difunden las innovaciones en la sociedad, la cultura y el mercado. Puedo describir diferentes niveles de innovación (por ejemplo, incremental, revolucionaria o transformadora) y su papel en las actividades de creación de valor.</p>

Tabla A.II.3 Descriptores de resultados de aprendizaje de la competencia Creatividad (Área Ideas y Oportunidades)

Área	Ideas y oportunidades	Competencia	Visión
Insinuación	Trabaja hacia tu visión del futuro		
descriptor	Imagina el futuro. Desarrollar una visión para convertir las ideas en acción. Visualice escenarios futuros para ayudar a guiar el esfuerzo y la acción.		
Niveles de competencia			
Una fundación	B - Intermedio	C – Avanzado	
Puedo imaginar un futuro deseable/ Puedo desarrollar escenarios futuros simples donde se crea valor para mi comunidad y entorno	Puedo desarrollar (solo o con otros) una visión inspiradora para el futuro que involucre a otros/ Puedo construir escenarios futuros en torno a mi actividad de creación de valor. Puedo explicar qué es una visión y para qué sirve. Soy consciente de lo que se necesita para construir una visión. Mi visión de crear valor me impulsa a hacer la esfuerzo para convertir las ideas en acción / Puedo decidir qué tipo de visión para la creación de valor a la que me gustaría contribuir.	yo puedoUsar mi comprensión del contexto para identificar diferentes visiones estratégicas para crear valor. Puedo discutir mi visión estratégica (o la de mi equipo) para crear valor. Puedo explicar el papel de una declaración de visión para la planificación estratégica. Puedo preparar una declaración de visión para mi actividad de creación de valor (o la de mi equipo) que guíe la toma de decisiones internas a lo largo de todo el proceso de creación de valor. Puedo identificar los cambios necesarios para lograr mi visión/ Puedo promover iniciativas de cambio y transformación que contribuyan a mi visión.	

Tabla A.II.4 Descriptores de resultados de aprendizaje de la competencia Visión (Área Ideas y Oportunidades)

Área	Ideas y oportunidades	Competencia	Valorando ideas
Insinuación	Aproveche al máximo las ideas y las oportunidades		
descriptor	Juzgar qué valor tiene en términos sociales, culturales y económicos. Reconocer el potencial que tiene una idea para crear valor e identificar		
Niveles de competencia			
Una fundación	B - Intermedio	C - Avanzado	
Puedo encontrar ejemplos de ideas que tienen valor para mí y para otros. Puedo mostrar cómo diferentes grupos, como empresas e instituciones, crean valor en mi comunidad y entorno. Puedo aclarar que las ideas de otras personas se pueden usar y actuar, respetando sus derechos. o patentes.	Puedo diferenciar entre valor social, cultural y económico. Puedo decidir sobre qué tipo de valor quiero actuar y luego elegir el camino más apropiado para hacerlo. Puedo notar la diferencia entre los tipos de licencias que se pueden usar para compartir ideas y proteger los derechos/ puedo elegir la licencia más apropiada para compartir y proteger el valor creado por mis ideas.	Reconozco las muchas formas de valor que se pueden crear a través del espíritu empresarial, como el valor social, cultural o económico. Puedo dividir una cadena de valor en sus diferentes partes e identificar cómo se agrega valor en cada parte. Puedo diferenciar entre marcas comerciales, derechos de diseño registrados, patentes, indicaciones geográficas, secretos comerciales, acuerdos de confidencialidad y licencias de derechos de autor, incluidas las licencias abiertas de dominio público, como creative commons/ Cuando creo ideas con otros, puedo delinear una acuerdo de difusión y explotación que beneficia a todos	

		los socios involucrados.
--	--	--------------------------

Tabla A.II.5 Descriptores de resultados de aprendizaje por competencia Valoración de ideas (Área Ideas y Oportunidades)

Área	Ideas y oportunidades	Competencia	Pensamiento ético y sostenible
Insinuación	Evaluar las consecuencias y el impacto de las ideas, oportunidades y acciones.		
descriptor	Evaluar las consecuencias de las ideas que aportan valor y el efecto de la acción empresarial en la comunidad objetivo, el mercado, la sociedad y el medio ambiente. Reflexionar sobre cuán sostenibles son los objetivos sociales, culturales y económicos a largo plazo, y el curso de acción elegido. Actuar responsablemente		
Niveles de competencia			
Una fundación		B - Intermedio	C - Avanzado
<p>Puedo reconocer comportamientos que muestran integridad, honestidad, responsabilidad, coraje y compromiso/ Puedo describir con mis propias palabras la importancia de la integridad y los valores éticos.</p> <p>Puedo enumerar ejemplos de comportamientos respetuosos con el medio ambiente que benefician a una comunidad. Puedo reconocer ejemplos de comportamientos respetuosos con el medio ambiente de empresas que crean valor para la sociedad en su conjunto.</p> <p>Puedo encontrar y enumerar ejemplos de cambios causados por la acción humana en contextos sociales, culturales, ambientales o económicos. Puedo notar la diferencia entre el impacto de una actividad de creación de valor en la comunidad objetivo y el impacto más amplio en la sociedad.</p>		<p>Puedo aplicar el pensamiento ético a los procesos de consumo y producción/ Me impulsa la honestidad y la integridad en la toma de decisiones.</p> <p>Puedo identificar prácticas que no son sostenibles y sus implicaciones para el medio ambiente. Puedo producir una declaración clara del problema cuando me enfrente a prácticas que no son sostenibles.</p> <p>Puedo identificar el impacto que tendrá sobre mí y mi equipo aprovechar las oportunidades, sobre el grupo objetivo y sobre la comunidad que me rodea/ Puedo identificar a las partes interesadas que se ven afectadas por el cambio provocado por mi actividad de creación de valor (o la de mi equipo) , incluidas las partes interesadas que no pueden hablar (por ejemplo, las generaciones futuras, el clima o la naturaleza).</p> <p>Puedo notar la diferencia entre contabilizar el uso de recursos y contabilizar el impacto de mi actividad de creación de valor en las partes interesadas y el medio ambiente.</p>	<p>Puedo argumentar que las ideas para crear valor deben estar respaldadas por la ética y los valores relacionados con el género, la igualdad, la equidad, la justicia social y la sostenibilidad ambiental/ Puedo asumir la responsabilidad de promover un comportamiento ético en mi área de influencia (por ejemplo, promoviendo el género equilibrio destacando las desigualdades y cualquier falta de integridad).</p> <p>Puedo discutir el impacto que tiene una organización en el medio ambiente (y viceversa) / Puedo discutir la relación entre la sociedad y los desarrollos técnicos, en relación con sus implicaciones para el medio ambiente.</p> <p>Puedo analizar las implicaciones de mi actividad de creación de valor dentro de los límites del sistema en el que estoy trabajando. Puedo definir el propósito de la evaluación de impacto, el monitoreo de impacto y la evaluación de impacto.</p> <p>Puedo notar la diferencia entre entrada, salida, resultados e impacto. Puedo discutir una variedad de métodos de rendición de cuentas tanto para la rendición de cuentas funcional como estratégica.</p>

Tabla A.II.6 Descriptores de resultados de aprendizaje por competencia Pensamiento ético y sostenible (Área Ideas y Oportunidades)

Área	Recursos	Competencia	Autoconciencia y autoeficacia
Insinuación	Cree en ti mismo y sigue desarrollándote		
descriptor	Reflexione sobre sus necesidades, aspiraciones y deseos a corto, mediano y largo plazo. Identifique y evalúe sus fortalezas y debilidades individuales y grupales. Cree en tu capacidad para influir en el curso de los acontecimientos, a pesar de la incertidumbre, los contratiempos y los fracasos temporales.		
Niveles de competencia			
Una fundación	B - Intermedio	C - Avanzado	
<p>Puedo identificar mis necesidades, deseos, intereses y metas. Puedo describir mis necesidades, deseos, intereses y metas.</p> <p>Puedo identificar las cosas en las que soy bueno y las cosas en las que no soy bueno.</p> <p>Creo en mi capacidad para hacer con éxito lo que me piden/ Creo en mi capacidad para lograr lo que me propongo.</p> <p>Puedo enumerar diferentes tipos de trabajos y sus funciones clave. Puedo describir qué cualidades y habilidades se necesitan para diferentes trabajos, y cuáles de estas cualidades y habilidades tengo.</p>	<p>Puedo comprometerme a satisfacer mis necesidades, deseos, intereses y metas. Puedo reflexionar sobre mis necesidades, deseos, intereses y aspiraciones individuales y grupales en relación con las oportunidades y perspectivas futuras.</p> <p>Puedo juzgar mis fortalezas y debilidades y las de los demás en relación con las oportunidades de creación de valor. Me impulsa el deseo de utilizar mis fortalezas y habilidades para aprovechar al máximo las oportunidades de creación de valor.</p> <p>Puedo juzgar el control que tengo sobre mis logros (en comparación con cualquier control de influencias externas)/ Creo que puedo influir en las personas y las situaciones para que mejoren.</p> <p>Puedo describir mis habilidades y competencias relacionadas con las opciones profesionales, incluido el trabajo por cuenta propia. Puedo utilizar mis habilidades y competencias para cambiar mi trayectoria profesional, como resultado de nuevas oportunidades o por necesidad.</p>	<p>Puedo traducir mis necesidades, deseos, intereses y aspiraciones en objetivos que me ayuden a alcanzarlos. Puedo ayudar a otros a reflexionar sobre sus necesidades, deseos, intereses y aspiraciones y cómo pueden convertirlos en objetivos.</p> <p>Puedo formar equipo con otros para compensar nuestras debilidades y aumentar nuestras fortalezas. Puedo ayudar a otros a identificar sus fortalezas y debilidades.</p> <p>Creo en mi capacidad para llevar a cabo lo que he imaginado y planeado, a pesar de los obstáculos, los recursos limitados y la resistencia de los demás/ Creo en mi capacidad para comprender y sacar lo bueno de las experiencias que otros pueden etiquetar como fracasos.</p> <p>Puedo analizar cómo una comprensión y una evaluación realistas de mis actitudes, habilidades y conocimientos personales pueden influir en mi toma de decisiones, en las relaciones con otras personas y en la calidad de vida. Puedo elegir oportunidades de desarrollo profesional con mi equipo y organización en función de una comprensión clara de nuestras fortalezas y debilidades.</p>	

Tabla A.II.7 Descriptores de resultados de aprendizaje por competencia Autoconciencia y autoeficacia (Recursos)

Área	Recursos	Competencia	Motivación y perseverancia.
Insinuación	Mantente enfocado y no te rindas		
descriptor	Estar decidido a convertir las ideas en acción y satisfacer su necesidad de lograr. Esté preparado para ser paciente y seguir intentando lograr sus objetivos individuales o grupales a largo plazo. Ser resistente bajo presión, adversidad y fracaso temporal.		
Niveles de competencia			
Una fundación	B - Intermedio	C - Avanzado	
<p>Me impulsa la posibilidad de hacer o contribuir a algo que sea bueno para mí o para los demás/ Me motiva la idea de crear valor para mí y para los demás.</p> <p>Veo las tareas como desafíos para dar lo mejor de mí/ Me motivan los desafíos.</p> <p>Puedo reconocer diferentes formas de motivarme a mí mismo y a otros para crear valor.</p> <p>Muestro pasión y disposición para alcanzar mis metas/ Soy decidido y perseverante cuando intento alcanzar mis metas (o las de mi equipo).</p> <p>No me doy por vencido y puedo seguir adelante incluso cuando tengo dificultades. No tengo miedo de trabajar duro para lograr mis metas.</p>	<p>Puedo anticipar la sensación de lograr mis objetivos y esto me motiva/ Puedo regular mi propio comportamiento para mantenerme motivado y lograr los beneficios de convertir las ideas en acción.</p> <p>Puedo establecer desafíos para motivarme a mí mismo. Estoy dispuesto a esforzarme y utilizar los recursos para superar los desafíos y lograr mis objetivos (o los de mi equipo).</p> <p>Puedo reflexionar sobre los incentivos sociales asociados con tener un sentido de iniciativa y crear valor para mí mismo y para los demás.</p> <p>Puedo notar la diferencia entre los factores personales y externos que me motivan a mí o a los demás al crear valor.</p> <p>Puedo superar simples circunstancias adversas/ Puedo juzgar cuando no vale la pena continuar con una idea.</p> <p>Puedo retrasar el logro de mis metas para obtener mayor valor, gracias a un esfuerzo prolongado/ Puedo mantener el esfuerzo y el interés, a pesar de los contratiempos.</p>	<p>Conduzco mi esfuerzo usando mi deseo de logro y creencia en mi capacidad para lograr/ Puedo entrenar a otros para que se mantengan motivados, alentándolos a comprometerse con lo que quieren lograr.</p> <p>Puedo usar estrategias para mantenerme motivado (por ejemplo, establecer metas, monitorear el desempeño y evaluar mi progreso)/ Puedo usar estrategias para mantener a mi equipo motivado y enfocado en la creación de valor.</p> <p>Puedo perseverar frente a las adversidades cuando trato de alcanzar mis metas/ Puedo idear estrategias para superar circunstancias adversas estándar.</p> <p>Puedo celebrar los logros a corto plazo para mantenerme motivado. Puedo inspirar a otros a trabajar duro en sus objetivos mostrando pasión y un fuerte sentido de propiedad.</p>	

Tabla A.II.8 Descriptores de resultados de aprendizaje para competencia Motivación y perseverancia (Recursos)

Área	Recursos	Competencia	Mobilización de recursos
Insinuación	Obtenga y administre los recursos que necesita.		
descriptor	Obtenga y administre los recursos materiales, no materiales y digitales necesarios para convertir las ideas en acción. Aproveche al máximo los recursos limitados. Obtenga y gestione las competencias necesarias en cualquier etapa, incluidas las competencias técnicas, legales, fiscales y digitales (por ejemplo, a través de asociaciones, trabajo en red, externalización y crowdsourcing).		
Niveles de competencia			
Una fundación	B - Intermedio	C - Avanzado	
<p>Reconozco que los recursos no son ilimitados/ Puedo apreciar la importancia de compartir recursos con otros.</p> <p>Valoro mis posesiones y las uso responsablemente/ Puedo describir cómo los recursos duran más a través de la reutilización, la reparación y el reciclaje.</p> <p>Puedo reconocer diferentes usos para mi tiempo (por ejemplo, estudiar, jugar, descansar)/ Valoro mi tiempo como un recurso escaso.</p> <p>Puedo buscar ayuda cuando tengo dificultades para lograr lo que he decidido hacer/ Puedo identificar fuentes de ayuda para mi actividad de creación de valor (por ejemplo, profesores, compañeros, mentores).</p>	<p>Puedo experimentar con diferentes combinaciones de recursos para convertir mis ideas en acción. Puedo obtener y administrar los recursos necesarios para convertir mi idea en acción.</p> <p>Puedo hablar sobre los principios de la economía circular y la eficiencia de los recursos. Uso los recursos de manera responsable y eficiente (por ejemplo, energía, materiales en la cadena de suministro o el proceso de fabricación, espacios públicos).</p> <p>Puedo discutir la necesidad de invertir tiempo en diferentes actividades de creación de valor. Puedo usar mi tiempo de manera efectiva para lograr mis objetivos.</p> <p>Puedo describir los conceptos de división del trabajo y especialización laboral. Puedo encontrar y enumerar servicios públicos y privados para respaldar mi actividad de creación de valor (por ejemplo, incubadora, asesores de empresas sociales, ángeles emergentes, cámara de comercio).</p>	<p>Puedo desarrollar un plan para hacer frente a los recursos limitados al establecer mi actividad de creación de valor / Puedo reunir los recursos necesarios para desarrollar mi actividad de creación de valor.</p> <p>Tengo en cuenta el costo no material del uso de los recursos cuando tomo decisiones sobre mis actividades de creación de valor. Puedo elegir y poner en marcha procedimientos efectivos de gestión de recursos (por ejemplo, análisis del ciclo de vida, residuos sólidos).</p> <p>Puedo administrar mi tiempo de manera efectiva, utilizando técnicas y herramientas que me ayudan a ser productivo (o a mi equipo). Puedo ayudar a otros a administrar su tiempo de manera efectiva.</p> <p>Puedo encontrar soluciones digitales (por ejemplo, gratuitas, de pago o de código abierto) que pueden ayudarme a administrar mis actividades de creación de valor de manera eficiente/ Puedo encontrar apoyo que me ayude a aprovechar una oportunidad de crear valor (por ejemplo, servicios de asesoría o consultoría, apoyo de pares o mentores).</p>	

Tabla A.II.9 Descriptores de resultados de aprendizaje por competencia Mobilización de recursos (Recursos)

Área	Recursos	Competencia	Literatura financiera y económica.
Insinuación	Desarrollar conocimientos financieros y económicos.		
descriptor	Estime el costo de convertir una idea en una actividad de creación de valor. Planifique, ponga en marcha y evalúe las decisiones financieras a lo largo del tiempo. Gestionar la financiación para asegurarme de que mi actividad de creación de valor pueda durar a largo plazo		
Niveles de competencia			
Una fundación		B - Intermedio	C - Avanzado
<p>Puedo recordar la terminología básica y los símbolos relacionados con el dinero. Puedo explicar conceptos económicos simples (por ejemplo, oferta y demanda, precio de mercado, comercio).</p> <p>Puedo juzgar para qué usar mi dinero / Puedo elaborar un presupuesto familiar simple de manera responsable.</p> <p>Puedo identificar los principales tipos de ingresos para familias, empresas, organizaciones sin fines de lucro y el estado/ Puedo describir el papel principal de los bancos en la economía y la sociedad.</p> <p>puedo esbozar el propósito de los impuestos/ Puedo explicar cómo los impuestos financian las actividades de un país y su papel en la provisión de bienes y servicios públicos.</p>		<p>Puedo usar el concepto de costos de oportunidad y ventaja comparativa para explicar por qué ocurren los intercambios entre individuos, regiones y naciones. Puedo leer estados de resultados y balances.</p> <p>Puedo elaborar un presupuesto para una actividad de creación de valor/ Puedo juzgar las necesidades de flujo de efectivo de una actividad de creación de valor.</p> <p>Puedo explicar que las actividades de creación de valor pueden tomar diferentes formas (un negocio, una empresa social, una organización sin fines de lucro, etc.) y pueden tener diferentes estructuras de propiedad (sociedad individual, sociedad limitada, cooperativa, etc.). on)/ Puedo identificar fuentes de financiación públicas y privadas para mi actividad de creación de valor (por ejemplo, premios, crowdfunding y acciones).</p> <p>Puedo estimar las principales obligaciones contables y fiscales que debo cumplir para cumplir con los requisitos fiscales de mis actividades.</p>	<p>Puedo explicar la diferencia entre un balance y una cuenta de pérdidas y ganancias/ Puedo construir indicadores financieros (por ejemplo, retorno de la inversión).</p> <p>Puedo aplicar los conceptos de previsión y planificación financiera que necesito para convertir las ideas en acción (por ejemplo, con o sin fines de lucro). Puedo juzgar las necesidades de flujo de efectivo de un proyecto complejo.</p> <p>Puedo elegir las fuentes de financiación más apropiadas para iniciar o ampliar una actividad de creación de valor/ Puedo solicitar programas de apoyo a empresas públicas o privadas, planes de financiación, subvenciones públicas o licitaciones.</p> <p>Puedo estimar cómo mis decisiones financieras (inversiones, compra de activos, bienes, etc.) afectan mis impuestos / Puedo tomar decisiones financieras basadas en esquemas de impuestos actuales.</p>

Tabla A.II.10 Descriptores de resultados de aprendizaje para competencia financiera y económica literaria (Recursos)

Área	Recursos	Competencia	Movilizando a otros
Insinuación	Inspirar, involucrar y hacer que otros participen		
descriptor	Inspirar y entusiasmar a las partes interesadas relevantes. Obtenga el apoyo necesario para lograr resultados valiosos. Demostrar comunicación efectiva, persuasión, negociación y liderazgo.		
Niveles de competencia			
Una fundación	B - Intermedio	C - Avanzado	
<p>Muestro entusiasmo por los desafíos/ Participo activamente en la creación de valor para los demás.</p> <p>Puedo persuadir a otros proporcionando una serie de argumentos.</p> <p>Puedo comunicar mis ideas claramente a los demás/ Puedo comunicar las ideas de mi equipo a los demás de manera persuasiva utilizando diferentes métodos (por ejemplo, carteles, videos, juegos de roles).</p> <p>Puedo proporcionar ejemplos de campañas de comunicación inspiradoras/ Puedo discutir cómo se pueden usar diferentes medios para llegar a las audiencias de diferentes maneras.</p>	<p>No me desanimo ante las dificultades/ Puedo predicar con el ejemplo.</p> <p>Puedo persuadir a otros proporcionando evidencia de mis argumentos/Puedo persuadir a otros apelando a sus emociones.</p> <p>Puedo comunicar soluciones de diseño imaginativas / Puedo comunicar el valor de mi idea (o la de mi equipo) a las partes interesadas de diferentes orígenes de manera efectiva.</p> <p>Puedo usar varios métodos, incluidas las redes sociales, para comunicar ideas que crean valor de manera efectiva. Puedo usar los medios de manera adecuada, demostrando que estoy al tanto de mi audiencia y propósito</p>	<p>Puedo obtener el respaldo de otros para apoyar mi actividad de creación de valor/ puedo inspirar a otros, a pesar de las circunstancias difíciles.</p> <p>Puedo presentarme de manera efectiva frente a inversionistas o donantes potenciales. Puedo superar la resistencia de aquellos que se verán afectados por mi visión o la de mi (equipo), enfoque innovador y actividad de creación de valor.</p> <p>Puedo comunicar la visión de mi empresa (o la de mi equipo) de una manera que inspire y convenza a grupos externos, como financiadores, organizaciones asociadas, voluntarios, nuevos miembros y colaboradores afiliados. Puedo producir narrativas y escenarios que motiven, inspiren y dirijan. gente.</p> <p>Puedo influir en las opiniones en relación con mi actividad de creación de valor, mediante un enfoque planificado de las redes sociales. Puedo diseñar campañas eficaces en las redes sociales para movilizar a las personas en relación con mi actividad de creación de valor (o la de mi equipo).</p>	

Tabla A.II.11 Descriptores de resultados de aprendizaje por competencia Movilizar a otros (Recursos)

Área	En acción	Competencia	Tomando la iniciativa
Insinuación	Ve a por ello		
descriptor	Iniciar procesos que creen valor. Acepta desafíos. Actúe y trabaje de forma independiente para lograr objetivos, ceñirse a las intenciones y llevar a cabo las tareas planificadas.		
Niveles de competencia			
Una fundación	B - Intermedio	C - Avanzado	
<p>Puedo llevar a cabo las tareas que se me asignan de manera responsable/ Me siento cómodo asumiendo responsabilidades en actividades compartidas.</p> <p>Muestro cierta independencia en la realización de las tareas que se me asignan. Puedo trabajar de forma independiente en actividades simples que crean valor.</p> <p>Puedo intentar resolver los problemas que afectan a mi entorno/ Muestro iniciativa en el tratamiento de los problemas que afectan a mi comunidad.</p>	<p>Puedo asumir responsabilidades individuales y grupales para llevar a cabo tareas simples en actividades que crean valor/ Puedo asumir responsabilidades individuales y grupales en actividades que crean valor.</p> <p>Puedo iniciar actividades simples de creación de valor / Me impulsa la posibilidad de poder iniciar actividades de creación de valor de forma independiente.</p> <p>Me enfrento activamente a los desafíos, resuelvo problemas y aprovecho las oportunidades para crear valor.</p> <p>Puedo describir mis metas para el futuro de acuerdo con mis fortalezas, ambiciones, intereses y logros. Puedo establecer metas a corto plazo en las que puedo actuar.</p>	<p>Puedo delegar responsabilidades apropiadamente/ Puedo animar a otros a asumir responsabilidades en actividades de creación de valor.</p> <p>Puedo iniciar actividades de creación de valor solo y con otros/ puedo ayudar a otros a trabajar de forma independiente.</p> <p>Tomo medidas sobre nuevas ideas y oportunidades, que agregarán valor a una empresa nueva o existente que crea valor. Valoro que otros tomen la iniciativa para resolver problemas y crear valor.</p>	

Tabla A.II.12 Descriptores de resultados de aprendizaje por competencia Tomar la iniciativa (En acción)

Área	En acción	Competencia	Planificación y gestión
Insinuación	Priorizar, organizar y dar seguimiento.		
descriptor	Establece metas a largo, mediano y corto plazo. Definir prioridades y planes de acción. Adaptarse a los cambios imprevistos		
Niveles de competencia			
Una fundación	B - Intermedio	C - Avanzado	
<p>Puedo aclarar cuáles son mis objetivos en una actividad simple de creación de valor/ Puedo identificar objetivos alternativos para crear valor en un contexto simple.</p> <p>Puedo llevar a cabo un plan simple para actividades de creación de valor / puedo hacer frente a una variedad de tareas simples al mismo tiempo sin sentirme incómodo.</p> <p>Puedo recordar el orden de los pasos necesarios en una actividad sencilla de creación de valor en la que participé/ Puedo identificar los pasos básicos necesarios en una actividad de creación de valor.</p> <p>Puedo reconocer cuánto progreso he hecho en una tarea/puedo controlar si una tarea va según lo planeado.</p> <p>Estoy abierto a los cambios/ Puedo enfrentar y manejar los cambios de manera constructiva.</p>	<p>Puedo describir mis metas para el futuro de acuerdo con mis fortalezas, ambiciones, intereses y logros. Puedo establecer metas a corto plazo en las que puedo actuar.</p> <p>Puedo crear un plan de acción que identifique los pasos necesarios para lograr mis metas/puedo permitir la posibilidad de cambios en mis planes.</p> <p>Puedo desarrollar un modelo de negocio para mi idea/ Puedo definir los elementos clave que componen el modelo de negocio necesario para entregar el valor que he identificado.</p> <p>Puedo priorizar los pasos básicos en una actividad de creación de valor/ Puedo establecer mis propias prioridades y actuar en consecuencia. Puedo identificar diferentes tipos de datos que son necesarios para monitorear el progreso de un simple actividad creadora de valor/ Puedo describir diferentes métodos para monitorear el desempeño y el impacto.</p> <p>Puedo adaptar mis planes para lograr mis metas a la luz de cambios que están fuera de mi control/ Puedo adaptar mis planes para lograr mis metas a la luz de cambios que están fuera de mi control.</p>	<p>Puedo definir metas a largo plazo que surjan de la visión de mi actividad de creación de valor (o la de mi equipo) / Puedo hacer coincidir las metas a corto, mediano y largo plazo con la visión de mi valor (o la de mi equipo)- creando actividad.</p> <p>Puedo resumir los conceptos básicos de la gestión de proyectos/ Puedo aplicar los conceptos básicos de la gestión de proyectos en la gestión de una actividad de creación de valor.</p> <p>Puedo desarrollar un plan de negocios basado en el modelo, describiendo cómo lograr el valor identificado. Puedo organizar mis actividades de creación de valor utilizando métodos de planificación como planes comerciales y de marketing.</p> <p>Puedo definir las prioridades para cumplir con mi visión (o la de mi equipo) / Puedo mantenerme enfocado en las prioridades establecidas, a pesar de las circunstancias cambiantes.</p> <p>Puedo describir diferentes métodos para monitorear el desempeño y el impacto. Puedo definir qué datos se necesitan para monitorear cuán efectivas son mis actividades de creación de valor y una forma adecuada de recopilarlas.</p> <p>Puedo abrazar el cambio que trae nuevas oportunidades paracreación de valor/ Puedo anticipar e incluir el cambio a lo largo del proceso de creación de valor.</p>	

Tabla A.II.13 Descriptores de resultados de aprendizaje por competencia Planificación y gestión (En acción)

Área	En acción	Competencia	Hacer frente a la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo
Insinuación	Tomar decisiones lidiando con la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo.		
descriptor	Tomar decisiones cuando el resultado de esa decisión sea incierto, cuando la información disponible sea parcial o ambigua, o cuando exista el riesgo de resultados no deseados. Dentro del proceso de creación de valor, incluya formas estructuradas de probar ideas y prototipos desde las primeras etapas, para reducir los riesgos de fallar. Manejar situaciones de rápido movimiento con prontitud y flexibilidad.		
Niveles de competencia			
	Una fundación	B - Intermedio	C - Avanzado
	<p>No tengo miedo de cometer errores mientras intento cosas nuevas/Exploro mis propias formas de lograr cosas.</p> <p>Puedo identificar ejemplos de riesgos en mi entorno/ Puedo describir riesgos relacionados con una actividad simple de creación de valor en la que participo.</p>	<p>Puedo discutir el papel que juega la información en la reducción de la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo. Puedo buscar, comparar y contrastar activamente diferentes fuentes de información que me ayuden a reducir la ambigüedad, la incertidumbre y los riesgos en la toma de decisiones.</p> <p>Puedo diferenciar entre riesgos aceptables e inaceptables. Puedo sopesar los riesgos y beneficios del trabajo por cuenta propia con opciones profesionales alternativas y tomar decisiones que reflejen mis preferencias.</p> <p>Puedo evaluar críticamente los riesgos asociados con una idea que crea valor, teniendo en cuenta una variedad de factores/ Puedo evaluar críticamente los riesgos relacionados con la configuración formal de una empresa creadora de valor en el área en la que trabajo.</p>	<p>Puedo encontrar formas de tomar decisiones cuando la información es incompleta. Puedo reunir diferentes puntos de vista para tomar decisiones informadas cuando el grado de incertidumbre es alto.</p> <p>Puedo aplicar el concepto de pérdidas asequibles para tomar decisiones al crear valor. Puedo comparar actividades de creación de valor en función de una evaluación de riesgos.</p> <p>Puedo demostrar que puedo tomar decisiones sopesando tanto los riesgos como los beneficios esperados de una actividad de creación de valor. Puedo esbozar un plan de gestión de riesgos para guiar mis elecciones (o las de mi equipo) mientras desarrollo mi actividad de creación de valor.</p>

Tabla A.II.14 Descriptores de resultados de aprendizaje por competencia Afrontamiento de la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo (En acción)

Área	En acción	Competencia	Trabajando con otros
Insinuación	Formen equipos, trabajen juntos y trabajen en red.		
descriptor	Trabajen juntos y cooperen con otros para desarrollar ideas y convertirlas en acción. La red. Resolver conflictos y afrontar positivamente la competencia cuando sea necesario.		
Niveles de competencia			
Una fundación	B - Intermedio	C - Avanzado	
<p>Puedo mostrar respeto por los demás, sus antecedentes y situaciones. Estoy abierto al valor que los demás pueden aportar a las actividades de creación de valor.</p> <p>Puedo mostrar empatía hacia los demás/ Puedo reconocer el papel de mis emociones, actitudes y comportamientos en la formación de las actitudes y comportamientos de otras personas y viceversa.</p> <p>Puedo mostrar empatía hacia los demás/ Puedo discutir los beneficios de escuchar las ideas de otras personas para lograr mis objetivos (o los de mi equipo).</p> <p>Estoy abierto a trabajar tanto solo como con otros, desempeñando diferentes roles y asumiendo alguna responsabilidad. Estoy dispuesto a cambiar mi forma de trabajar en grupo.</p> <p>Estoy abierto a involucrar a otros en mis actividades de creación de valor/ Puedo contribuir a actividades simples de creación de valor.</p> <p>Puedo explicar el significado y las formas de asociación, cooperación y apoyo entre pares (por ejemplo, familia y otras comunidades)/ Estoy abierto a establecer nuevos contactos y cooperación con otros (individuos y grupos).</p>	<p>Puedo combinar distintas contribuciones para crear valor/ Puedo valorar la diversidad como posible fuente de ideas y oportunidades.</p> <p>Puedo expresar asertivamente mis ideas creadoras de valor (o las de mi equipo) / Puedo enfrentar y resolver conflictos. Puedo escuchar las ideas de otras personas para crear valor sin mostrar prejuicios / puedo escuchar a mis usuarios finales.</p> <p>Puedo trabajar con una variedad de personas y equipos. Comparto la propiedad de las actividades que crean valor con los miembros de mi equipo.</p> <p>Puedo contribuir a la toma de decisiones grupales de manera constructiva / Puedo crear un equipo de personas que pueden trabajar juntas en una actividad de creación de valor.</p> <p>Puedo usar las relaciones que tengo para obtener el apoyo que necesito para convertir las ideas en acción, incluido el apoyo emocional/ Puedo establecer nuevas relaciones para obtener el apoyo que necesito para convertir las ideas en acción, incluido el apoyo emocional (por ejemplo, unirme a una red de mentores).</p>	<p>Puedo apoyar la diversidad dentro de mi equipo u organización. Puedo comprometerme cuando sea necesario/ Puedo lidiar con un comportamiento no asertivo que obstaculiza mi (o mi del equipo) actividades de creación de valor (por ejemplo, actitudes destructivas, comportamiento agresivo, etc.)/ Puedo manejar conflictos de manera efectiva.</p> <p>Puedo describir diferentes técnicas para gestionar las relaciones con los usuarios finales/puedo implementar estrategias para escuchar activamente a mis usuarios finales y actuar en función de sus necesidades.</p> <p>Puedo construir un equipo basado en los conocimientos, habilidades y actitudes individuales de cada miembro/ Puedo contribuir a crear valor al asociarme con comunidades distribuidas a través de tecnologías digitales.</p> <p>Puedo usar técnicas y herramientas que ayuden a las personas a trabajar juntas/puedo brindarles a las personas la ayuda y el apoyo que necesitan para rendir al máximo dentro de un equipo.</p> <p>Puedo usar mi red para encontrar a las personas adecuadas para trabajar en mi actividad de creación de valor (o en la de mi equipo)/Me pongo en contacto de manera proactiva con las personas adecuadas dentro y fuera de mi organización para apoyar mi actividad de creación de valor (o la de mi equipo) (por ejemplo, en conferencias o en las redes sociales).</p>	

Tabla A.II.15 Descriptores de resultados de aprendizaje para la competencia Trabajar con otros (En acción)

Área	En acción	Competencia	Aprendiendo a través de la experiencia
Insinuación	Aprender haciendo		
descriptor	Utilice cualquier iniciativa de creación de valor como una oportunidad de aprendizaje. Aprenda con otros, incluidos compañeros y mentores. Reflexiona y aprende tanto de los éxitos como de los fracasos (propios y ajenos).		
Niveles de competencia			
Una fundación		B - Intermedio	C - Avanzado
<p>Puedo encontrar ejemplos de grandes fracasos que han creado valor/ Puedo dar ejemplos de fracasos temporales que han llevado a logros valiosos.</p> <p>Puedo dar ejemplos que muestran que mis habilidades y competencia han aumentado con la experiencia. Puedo anticipar que mis habilidades y competencia crecerán con la experiencia, tanto a través de los éxitos como de los fracasos.</p> <p>Puedo reconocer lo que he aprendido al participar en actividades de creación de valor/ Puedo reflexionar sobre mi experiencia al participar en actividades de creación de valor y aprender de ella.</p>		<p>Puedo reflexionar sobre los fracasos (los míos y los de otras personas), identificar sus causas y aprender de ellos/ Puedo juzgar si y cómo he logrado mis objetivos, de modo que puedo evaluar mi desempeño y aprender de él.</p> <p>Puedo reflexionar sobre la relevancia de mis caminos de aprendizaje para mis futuras oportunidades y elecciones. Siempre estoy buscando oportunidades para mejorar mis fortalezas y reducir o compensar mis debilidades.</p> <p>Puedo reflexionar sobre mi interacción con los demás (incluidos compañeros y mentores) y aprender de ella. Puedo filtrar los comentarios proporcionados por los demás y conservar lo bueno.</p>	<p>Puedo reflexionar sobre mis logros y fracasos temporales (o los de mi equipo) a medida que las cosas se desarrollan para aprender y mejorar mi capacidad de crear valor. Puedo ayudar a otros a reflexionar sobre sus logros y fracasos temporales al proporcionar comentarios honestos y constructivos.</p> <p>Puedo encontrar y elegir oportunidades para superar mis debilidades (o las de mi equipo) y desarrollar mis fortalezas (o las de mi equipo). Puedo ayudar a otros a desarrollar sus fortalezas y reducir o compensar sus debilidades.</p> <p>Puedo integrar el aprendizaje permanente en mi estrategia de desarrollo personal y progreso profesional. Puedo ayudar a otros a reflexionar sobre su interacción con otras personas y ayudarlos a aprender de esta interacción.</p>

Tabla A.II.16 Descriptores de resultados de aprendizaje por competencia Aprendizaje a través de la experiencia (En acción)

Anexo III. Plantilla de carta de invitación para incluir una ciudad en O-City

Solicitud de permiso para incorporar la ciudad de

al mundo digital O-City.org

excmó. Señor alcalde:

*D. Jose Marin-Roig Ramon,
Project Manager
O-CITY (Orange: Creatividad, Innovación y
Tecnología) Erasmus + (600963-EPP-1-2018-1-ES-
EPPKA2-KA)
<http://o-city.webs.upv.es>*

EXPONE:

Que el proyecto O-CITY, financiado por la Comisión Europea, dentro del programa Erasmus Plus (Knowledge Alliances), desarrolla una aplicación online para visualizar el patrimonio natural y cultural de los pueblos y ciudades del mundo. En esta plataforma, las ciudades pueden representar no solo sus monumentos y espacios naturales, sino también su cultura y tradiciones a través de videos, fotografías, animaciones y otros elementos multimedia producidos como proyectos educativos en las aulas de los centros e instituciones de formación.

SOLICITUD:

Que se autorice a la Universidad Politécnica de Valencia para incorporar

en la aplicación O-City.org, para mejorar el patrimonio de la ciudad en el mundo en línea y estimular las habilidades digitales en los centros de formación locales.

En la ciudad de _____, en _____ 202_

O-CIUDAD	AUTORIZACIÓN
<p>José Marín-Roig Ramón Profesor Universitat Politècnica de València Campus de Gandia o-city@epsg.upv.es</p>	