


# CLAVES DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA TU EMPRENDIMIENTO






Autoras:

Anicelle Carolina,  
Lima Valeria,  
Pombo Rocío.



Propuesta de capacitación online  
para emprendedores de La Plata  
sobre comunicación digital





**FACULTAD DE PERIODISMO  
Y COMUNICACION SOCIAL**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

La Plata, Buenos Aires.

Secretaria de Extensión

Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Universidad Nacional de La Plata

Diagonal 113 291, Casco Urbano, 1900 La Plata, Buenos Aires

Por este medio, nos presentamos a Usted con motivo de proponer un proyecto en comunicación digital. Somos graduadas de la Facultad y tenemos intenciones de generar un lazo entre ustedes y nosotras, extendiéndolo a la sociedad emprendedora de la ciudad.

Nuestro proyecto tiene por objetivo realizar una capacitación en comunicación digital para emprendedores en formato de aula online, utilizando la plataforma Moodle.

Entendemos como eje fundamental para el crecimiento de los emprendedores la posibilidad de nutrirse de la experiencia de otros y vincularse con quienes se enfrentan a los mismos desafíos. En este sentido, creemos que utilizar el modo online para llevarla a cabo genera mayor comodidad, dándole al público objetivo un condimento más a la hora de confirmar su participación.

Con intenciones de establecer un contacto más profundo para desarrollar el proyecto, nos despedimos.

Atte.

---

Anicelle, Carolina

---

Lima, Valeria

---

Pombo, Rocío



## Presentación inicial de la propuesta



## Introducción:

Las tecnologías surgen en un contexto al que modifican y por el que son modificadas; en este sentido, se configuran nuevos escenarios, procesos y prácticas, siempre entendiendo que éstas nacen debido a que se dan las condiciones institucionales, políticas y sociales (además de técnicas) para que esto ocurra.

Teniendo en cuenta lo anterior, las organizaciones atraviesan un gran impacto en su funcionamiento, produciendo transformaciones hacia adentro y fuera, alterando sus estructuras, facilitando y, en otros casos, complejizando procesos.

De esta forma, la gestión de la comunicación digital se presenta como una necesidad para las instituciones, en las cuales también cobraron fuerza nuevas profesiones acordes a los nuevos escenarios. En este sentido, se toma en cuenta y se le da mayor importancia a aquello que ya se había planteado antes de las redes digitales online: la necesidad por parte de las organizaciones de entender al sujeto y “hablarle” de forma estratégica, conociéndolo y entendiendo qué quiere de nosotros, como empresa. En pos de esto, es necesario construir perfiles de comunicadores que desarrollen la comunicación digital de las organizaciones de manera estratégica, crítica e integral.

Gracias a que la producción de contenidos digitales creció a grandes escalas, se hace necesario reflexionar sobre aquellos lenguajes, formatos y herramientas en el marco de una estrategia de comunicación para aquellos -en este caso- emprendedores que desean tener una participación activa y adecuada para abordar la comunicación digital.

La capacitación busca abordar el tema desde una dimensión estratégica donde la comunicación institucional debe ser pensada e incorporada desde una mirada integral que sea parte de la estrategia comunicacional general de la organización.

## Fundamentación:

La capacitación en comunicación digital para emprendedores pretende dar respuesta a las necesidades actuales de los emprendedores, quienes debido al escaso presupuesto, a la intensión rápida de crecer y al nivel de hipermediatización y de la incorporación de las tecnologías en la vida cotidiana de los sujetos, requieren una formación y reflexión crítica que le permita analizar y producir

estrategias de comunicación integrales que incluyan la dimensión digital dada por Internet, las redes sociales digitales y las tecnologías de comunicación. Sin embargo, a pesar de que no se busca generar comunicadores profesionales ya que los destinatarios del proyecto poseen otro perfil, se intentará profundizar sobre los temas principales y de mayor importancia que hacen a una comunicación digital integral y adecuada para cada emprendimiento, en particular, teniendo en cuenta las características y necesidades de cada uno. Es decir, lo que se pretende es sembrar en los emprendedores de nuestro país una semilla de interés en la temática y generar, a partir de allí, la motivación para producir y gestionar la comunicación digital de forma coherente y eficaz.

## Modalidad:

La modalidad elegida para llevar a cabo la capacitación sobre comunicación digital para emprendedores es en formato online, utilizando la plataforma Moodle, en la que se desarrollaran diferentes clases basadas en el encuentro, el diálogo y la construcción colectiva, a través del entorno en línea de enseñanza y aprendizaje de la plataforma Aulas Web de la Universidad Nacional de La Plata. Pretende ser un formato de guía y mediador de los aprendizajes, con el fin de orientar el pensamiento y poner en marcha la construcción de conocimientos. Además, busca promover la comprensión de conceptos, el establecimiento de relaciones, comparaciones, diferenciaciones, perspectivas, problemáticas centrales, contradicciones, y el planteamiento de preguntas.

En este sentido, y teniendo en cuenta el modo, el uso de las tecnologías aumenta la posibilidad de integrar múltiples fuentes de información, utilizando los diversos lenguajes: la imagen, el sonido, la simulación, lo textual, en producciones hipertextuales e hipermediales que nos permiten establecer las conexiones necesarias entre las fuentes de información que se presentan al emprendedor.

La estructura de cada clase consta de dos instancias que intentarán promover el diálogo y la interacción entre los diferentes actores, y entre éstos y el conocimiento:

- ✓ Una primera parte en la que se presentarán los contenidos teóricos en intervenciones audiovisuales. Es decir, el especialista en comunicación o docente mediador explicará los conceptos principales utilizando el lenguaje audiovisual

para generar una dinámica en la explicación y una cercanía con los alumnos. Se establecerá un lenguaje fácil pero no liviano, dándole una importancia a cada palabra y cada concepto desarrollado. El video tendrá una duración máxima de cinco minutos. Será subtítulado, de manera que su visualización no esté afectada por los ruidos exteriores de la cotidianidad social en la que se elija “tomar la clase”. En el video aparecerá un conductor – con un primer plano frontal-, siendo éste quien dé a conocer los contenidos propuestos para cada clase; éste deberá poseer cualidades tales como: carisma, creatividad, empático y cautivador.

✔ Una segunda parte donde se presentará una actividad para los alumnos en formato escrito relacionada al tema visto en cada clase correspondiente, promoviendo la construcción de conocimientos y ejercitando el pensamiento. Cada trabajo buscará que el emprendedor tome como ejemplo su emprendimiento y ponga en práctica lo aprendido. Además, estará a disposición un foro al que deben ingresar para compartir y debatir el tema visto: uno de los pilares de la capacitación, ya que este será el momento en que los alumnos vuelquen sus opiniones, modos de pensar y experiencias dándole, por parte del grupo docente, jerarquía a sus ponencias, las cuales, a través del debate, aportarán y enriquecerán el aprendizaje.

Como anexo, en caso de que una clase lo requiera, se adjuntará material escrito -ya sea como lectura complementaria o información adicional-. Este archivo deberá adjuntarse en formato PDF y no deberá exceder las cinco hojas.

## Formato:

La capacitación online busca generar, entre otras cosas, un sentimiento de cercanía a pesar de la distancia inminente que se genera al llevar a cabo un curso a través de Internet. Para que esto suceda, decidimos planificar a partir de una herramienta que permite la relación continua entre el/los profesor/es y los alumnos, y viceversa. La plataforma elegida se denomina **Moodle**.

Moodle es un “software para ayudar a los educadores a crear cursos en línea de alta calidad y entornos de aprendizaje virtuales. Tales sistemas de aprendizaje en línea son algunas veces llamados VLEs (Virtual Learning Environments) o entornos virtuales de aprendizaje”<sup>1</sup>.



Este sistema gratuito (sin licencias) brinda muchos recursos a la hora de generar actividades, evaluaciones, consultas e investigaciones. De esta manera, es fácil lograr, no sólo un buen trabajo de aprendizaje desde los profesores hacia los alumnos sino que también, permite estar en constante relación generando una interacción entre todos los integrantes del curso.

En este sentido, “una de las principales características de Moodle sobre otros sistemas es que está hecho en base a la pedagogía social constructivista, donde la comunicación tiene un espacio relevante en el camino de la construcción del conocimiento. Siendo el objetivo generar una experiencia de aprendizaje enriquecedora”<sup>2</sup>.

La elección de la plataforma para la planificación no sólo se basó en lo dicho anteriormente sino que se tuvieron en cuenta características como: posibilidad de personalizar la plataforma de acuerdo a los intereses del profesor y comodidad del alumno; creación de diversos perfiles de usuarios (administrador, tutor, alumno); posibilidad de diversos métodos de evaluación y calificación y; accesibilidad y compatibilidad desde cualquier navegador web, independiente del sistema operativo utilizado.

Además, el formato Moodle nos da la posibilidad de estar presentes más allá de la distancia. En este sentido, se realizarán presentaciones de los tutores y profesores en forma audiovisual explicando quiénes son, qué harán y cuáles serán las vías de comunicación para con ellos siendo éste un método de generar cercanía. En relación a los alumnos, se buscará la manera de que ellos también participen en este proceso estableciendo una “foto de perfil” para saber con quién estamos compartiendo y aprendiendo. Creemos que si se le dá un seguimiento a los participantes éstos se sentirán más afines y no tan “alejados”. De esta manera, se busca aprovechar las oportunidades que genera un aula online y, a su vez, crear un ambiente que se acerque lo mayormente posible a un aula presencial. En concordancia y con el mismo fin, es importante establecer un contacto con aquellos que estén inscriptos y no participen.

---

<sup>1</sup> <http://www.entornos.com.ar/moodle>

<sup>2</sup> <http://www.entornos.com.ar/moodle>

## Objetivos:

### General

Generar un espacio de conocimiento y reflexión en torno a la gestión de la comunicación digital en los emprendedores desde una mirada crítica, integral y estratégica que les permita potenciar sus propios proyectos

### Específicos

- ✔ Contextualizar la comunicación digital: establecer cuáles son los primeros conceptos y aproximaciones para gestionar la comunicación digital.
  - Ciclo de la gestión (diagnóstico, planificación, gestión, evaluación).
  - Dimensión de las redes sociales en la vida cotidiana.
  
- ✔ Presentar conceptos sobre cómo gestionar la comunicación digital.
  - Definir cómo hablar; desde qué cuenta; el tono de los mensajes; fuentes.No mezclar los temas personales con el emprendimiento. Tomar decisiones. Actitud coherente y ordenada.
  
- ✔ Trabajar sobre las herramientas. Potencialidades de cada una. Utilizar ejemplos de casos que les sirvan para que se den cuenta qué pueden hacer ellos.
  - Definir cuáles son los sitios y redes más importantes en la actualidad.Indagar y debatir sobre las potencialidades de cada una para entender cómo aprovecharlas.
  - Abordar la producción de contenidos digitales en el marco de una estrategia de comunicación.

## Contenidos:

La capacitación está organizada en cinco clases. Los ejes temáticos de cada una no se piensan como aislados sino más bien como ejes articulados, de manera que los emprendedores/alumnos puedan construir puentes de diálogo entre unos y otros que les permitan comprender la complejidad de la gestión de la comunicación digital en sus organizaciones.

La siguiente enunciación de los contenidos no responde a un orden jerárquico ni secuencial sino a un agrupamiento temático. De todos modos, este ordenamiento

de los ejes, fue diseñado desde una lógica que permita trabajar con grupos de alumnos con una característica en particular: ser emprendedores. De esta manera, el abordaje de los diferentes aspectos de las temáticas tendrá siempre un mismo eje hasta llegar a pensar integralmente las estrategias de gestión de la comunicación digital en cada uno de sus emprendimientos.

## Los ejes propuestos son:

### Eje 1

En la primera clase se le dará a los participantes una bienvenida al curso online. Se expondrá de manera textual un párrafo y se realizará una presentación audiovisual de cada profesor o tutor de la capacitación. Cada uno dará a conocer su rol y las maneras de comunicarse con ellos para cualquier consulta que sea necesaria de parte de los alumnos. Se pretende con esto generar una cercanía entre ambas partes.

### Eje 2

En la segunda clase se realizará una introducción a la gestión comunicacional en una organización perteneciente al Sistema Productivo; se trabajará sobre el ciclo de la gestión donde se llevan a cabo cuatro ejes de suma importancia a la hora de trabajar la comunicación: diagnóstico, planificación, gestión y evaluación. Proponer actividades para generar participación en el foro.

### Eje 3

En esta clase se hará hincapié en cómo gestionar la comunicación digital. En este sentido, nos basaremos en información específica como: definir el lenguaje. ¿Cómo hablarle a nuestro destinatario?; las herramientas ¿desde qué red social conviene hacerlo?; qué tono tendrán los mensajes que compartamos; qué fuentes se utilizarán; generar actividades coherentes y ordenadas, etc. Se ejemplificará con casos de emprendimientos trascendentes y actuales, que sirvan para visualizar una gestión adecuada de la comunicación digital. Proponer actividades y participación en el foro.

### Eje 4

En la cuarta clase se presentarán las principales herramientas para gestionar la comunicación digital de una organización. Se presentarán los sitios y redes más

importantes en la actualidad. Potencialidades de cada una. Se utilizarán ejemplos que les sirvan para que den cuenta qué y cómo lo pueden aplicar ellos. Se abordará la producción de contenidos digitales en el marco de una estrategia de comunicación con el fin de armar o modificar el perfil de usuario de cada uno. Proponer actividades y participación en el foro.

## Eje 5

En la quinta y última clase se realizará un cierre de la capacitación y se evaluarán los trabajos finales. Además se realizará una evaluación de la capacitación en general.

## Carga horaria

La duración de la capacitación en comunicación digital ha sido establecida en cinco clases, estipuladas en una ponencia semanal en el transcurso de cinco semanas. Se estipula un máximo de tres horas semanales de dedicación por parte de los participantes.

## Evaluación y acreditación

De acuerdo con la normativa vigente, se pautan los siguientes criterios:

- ✔ Se prevén instancias de evaluación parcial, que den cuenta del proceso de aprendizaje de los alumnos en el transcurso de la capacitación. Para ello, deben aprobar el 75% de las propuestas de participación en actividades colaborativas de reflexión de los ejes y temas propuestos.
- ✔ Se establecerá la realización de un Trabajo Final que se constituirá en instancias de acreditación.
- ✔ Cada instancia de evaluación requerida contendrá las consignas de las actividades a realizar, así como los criterios de evaluación de las mismas.
- ✔ Los alumnos tendrán la posibilidad de reelaborar una vez cada uno de los trabajos y actividades que hayan reprobado, de acuerdo a las observaciones que realice el profesor-tutor.
- ✔ Se califica en una escala de 1 (uno) a 10 (diez) puntos y se considera aprobado

a quien alcance un mínimo de 7 (siete) puntos en todas las instancias de evaluación propuestas.

✔ Todos los parciales buscarán que el alumno tenga en cuenta el recorrido teórico conceptual y, a su vez, pueda poner en juego sus experiencias, generando un análisis y una producción de su caso en particular. En este sentido, el trabajo final será gradual puesto que comenzarán el desarrollo al inicio del proceso y deberán realizar entregas inmediatas –trabajos parciales-. Este será un trabajo individual que se basará en el emprendimiento que es propio de cada alumno.



## Propuesta de avance



## Plan de trabajo / Cronograma

EJE Nº: 1

FECHA: Semana 1.

EQUIPO DOCENTE: Carolina Anicelle, Valeria Lima, Rocío Pombo

TITULO/TEMA DEL DIA/UNIDAD O MODULO:

Bienvenida al curso online.

SINTESIS DEL EJE:

En la primer semana se le dará a los participantes una bienvenida al curso online. Se expondrá de manera textual un párrafo y se realizará una presentación audiovisual de cada profesor o tutor de la capacitación. Cada uno dará a conocer su rol y las maneras de comunicarse con ellos para cualquier consulta que sea necesaria de parte de los alumnos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL EJE:

- ✔ Generar cercanía entre los participantes.
  - ✔ Invitar y fomentar la participación de los emprendedores en el curso.
- 

EJE Nº: 2

FECHA: Semana 2.

TITULO/TEMA DEL DIA/UNIDAD O MODULO:

Introducción a la gestión comunicacional en una organización del Sistema Productivo.

SINTESIS DEL EJE:

Se realizará una introducción a la gestión comunicacional en un emprendimiento; se trabajará sobre el ciclo de la gestión donde se llevan a cabo cuatro ejes de suma importancia a la hora de trabajar la comunicación: diagnóstico, planificación, gestión y evaluación.

OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL EJE:

- ✔ Contextualizar al alumno dentro del mundo de la comunicación organizacional.

EJE N°: 3

FECHA: Semana 3.

TITULO/TEMA DEL DIA/UNIDAD O MODULO:

Introducción a la gestión de la comunicación digital en redes sociales.

SINTESIS DEL EJE:

Se hará hincapié en cómo gestionar la comunicación digital en redes sociales. Se presentará y debatirá sobre información específica tal como: definir el lenguaje. ¿cómo hablarle a nuestro destinatario?; las herramientas ¿desde qué red social conviene hacerlo?; qué tono tendrán los mensajes que compartamos; qué fuentes se utilizarán; generar actividades coherentes y ordenadas, etc.

OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL EJE:

- ✔ Aportar estrategias y herramientas para explorar las redes sociales como elementos complementarios clave de los canales de comunicación digital.
  - ✔ Reflexionar sobre la importancia de gestionar estratégicamente la comunicación digital.
- 

EJE N°: 4

FECHA: Semana 4.

TITULO/TEMA DEL DIA/UNIDAD O MODULO:

Gestión de la comunicación digital en su propio emprendimiento.

SINTESIS DEL EJE:

Se presentarán las principales herramientas para gestionar la comunicación digital de una organización. Se presentarán los sitios y redes más importantes en la actualidad. Potencialidades de cada una. Se utilizaran ejemplos que les sirvan para que den cuenta qué y cómo lo pueden aplicar ellos. Se abordará la producción de contenidos digitales en el marco de una estrategia de comunicación con el fin de armar o modificar el perfil de usuario de cada uno.

OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL EJE:

- ✔ Producir contenidos digitales en el marco de una estrategia de producción.
- ✔ Detectar cuales son las redes sociales potenciales para su emprendimiento.



EJE N°: 5

FECHA: Semana 5.

TITULO/TEMA DEL DIA/UNIDAD O MODULO:

Evaluación y cierre de la capacitación.

SINTESIS DEL EJE:

Se realizará una devolución y evaluación de las producciones generadas a partir de los encuentros, tanto de los contenidos como de la capacitación.

OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL EJE:

- ✔ Evaluar las producciones.
- ✔ Reflexionar sobre los contenidos y conceptos aprehendidos en cada semana.
- ✔ Evaluar la capacitación.

Eje N°	Tema	Objetivo	Contenido	Recurso	Actividad <sup>1</sup>	Material de consulta <sup>2</sup>
1	Bienvenida al curso	Generar cercanía a través de la presentación audiovisual.	Presentación de profesores y tutores: nombre, cargo, y vías de comunicación y consulta.	Archivo de video. Encuesta predefinida <sup>3</sup> .	- Actualizar su perfil (importante: agregar foto en el mismo). -Responder la encuesta predefinida. -Foro <sup>4</sup> : Expresar conocimientos sobre comunicación digital. -Presentación de su proyecto emprendedor.	
2	Introducción a la gestión comunicacional en una organización perteneciente al Sistema Productivo. Cultura organizacional.	Contextualizar a los participantes dentro del mundo de la comunicación organizacional.	Identidad corporativa e imagen corporativa. Ciclo de la gestión donde se llevan a cabo cuatro ejes de suma importancia a la hora de trabajar en comunicación: Diagnóstico, planificación, gestión y evaluación.	Archivo de video y archivo de imagen.	-Tarea <sup>5</sup> : realizar un diagnóstico breve sobre su emprendimiento. -Foro: Debatir acerca de la importancia de desarrollar un plan de comunicación estratégico y la gestión del mismo en las redes sociales.	Lic. Fernando Domínguez, Lic. Federico Colombo y Lic. Guillermo Gil en <i>Click al futuro: Manual de uso de internet y redes sociales para PYMES.</i>
3	Cómo gestionar la comunicación digital en redes sociales.	Aportar estrategias para explotar las redes sociales como herramientas principales y complementarias de los canales de comunicación digital de los emprendedores, a fin de que éstas puedan acrecentar sus utilidades y hacer un uso más eficaz y eficiente de sus recursos, tanto humanos como económicos.	Planificación estratégica en página web y redes sociales. Presentación de ejemplos sobre casos trascendentales y actuales.	Archivo de video y archivo de imagen.	- Tarea: Definir una planificación estratégica para su emprendimiento. - Foro: Debatir sobre lo visto en clase y comentar el material de consulta.	-8 Claves para aumentar la circulación de contenidos <sup>6</sup> . - Administrador de contenidos más popular: sirve para agendar y publicar los contenidos en nuestras redes sociales. Además cuenta con acortador de URL y nos proporciona ciertas métricas de desempeño <sup>7</sup> . - Las 23 mejores aplicaciones para instalar en tu fan page <sup>8</sup> . - Buen uso de Hashtags <sup>9</sup> . -Cómo se usa Twitter en el mundo <sup>10</sup> . - Tamaño de las imágenes en redes sociales <sup>11</sup> .
4	Gestión de la comunicación digital por parte de cada participante sobre su emprendimiento.	Que cada participante pueda detectar qué red social potencia su emprendimiento y lograr la gestión estratégica de la misma, teniendo en cuenta todo lo aprendido en el curso.	Sitios y redes sociales más importantes en la actualidad: potencialidades de cada una.	Archivo de video y archivo de imagen.	Tarea: producción de contenidos digitales en el marco de una estrategia de comunicación.	Lic. Fernando Domínguez, Lic. Federico Colombo y Lic. Guillermo Gil en <i>Click al futuro: Manual de uso de internet y redes sociales para PYMES.</i>
5	Evaluación y cierre.	Devolución final de los tutores. Realizar encuesta sobre evaluación de la capacitación.		Archivo de video y archivo de imagen. Etiqueta <sup>12</sup> : texto dando las gracias por participar del curso y felicitaciones por completarlo.	Foro: Debatir la síntesis y reflexionar sobre la capacitación.	

<sup>1</sup> Recurso: Los recursos son información, generalmente estática, que un profesor quiere que los estudiantes lean o vean, tal como un archivo o enlace. (<https://docs.moodle.org/all/es/Recursos>)

<sup>2</sup> Actividad: Una actividad es un nombre general para un grupo de características en un curso Moodle. Usualmente una actividad es algo que un estudiante hará, que interactúa con otros estudiantes o con el maestro. (<https://docs.moodle.org/all/es/Actividades>)

<sup>3</sup> Encuesta predefinida: Para recolectar datos de los estudiantes, para ayudarlo a los maestros a conocer sus alumnos y reflexionar sobre su enseñanza. (<https://docs.moodle.org/all/es/Actividades>)

<sup>4</sup> Foro: Les permite a los participantes tener discusiones asincrónicas. (<https://docs.moodle.org/all/es/Actividades>)

<sup>5</sup> Tarea: Les permite a los maestros calificar y hacer comentarios sobre archivos subidos y tareas creadas en línea y fuera de línea (<https://docs.moodle.org/all/es/Actividades>)

<sup>6</sup> <http://digitalmarketingtrends.es/aumentar-interaccion-social-contenido/>

<sup>7</sup> <https://hootsuite.com/es/>

<sup>8</sup> <https://mabsoriano.wordpress.com/2013/03/05/las-mejores-23-aplicaciones-para-instalar-en-tu-fan-page-facebook-socialmedia-communitymanager-redessociales-marketing/>

<sup>9</sup> [http://ticsyformacion.com/2015/08/16/como-hacer-un-buen-uso-de-los-hashtags-en-twitter-infografia-infographic-socialmedia/?utm\\_content=buffer5f125&utm\\_medium=social-4&utm\\_source=facebook.com&utm\\_campaign=buffer](http://ticsyformacion.com/2015/08/16/como-hacer-un-buen-uso-de-los-hashtags-en-twitter-infografia-infographic-socialmedia/?utm_content=buffer5f125&utm_medium=social-4&utm_source=facebook.com&utm_campaign=buffer)

<sup>10</sup> <http://www.trecebits.com/2015/06/24/asi-se-usa-twitter-en-el-mundo-infografia/>

<sup>11</sup> <http://www.40defebre.com/medidas-imagenes-redes-sociales/>

<sup>12</sup> Etiqueta: Pueden ser unas pocas palabras o una imagen para separar recursos y actividades en un tema o una lección aunque también pueden ser descripciones largas o instrucciones para las actividades.



## Propuesta de cierre



## Método de evaluación

Habiendo concretado el proyecto de capacitación, creemos que es de suma importancia realizar una evaluación del mismo para reconocer los errores y los aciertos.

### Como objetivo nos planteamos:

- ✔ Evaluar el interés de los emprendedores en relación a la capacitación, a través de la comparación entre las fichas de inscriptos y la cantidad de personas que finalizaron el curso.
- ✔ Evaluar la participación de los emprendedores a través de la intervención en el foro.
- ✔ Analizar los conocimientos aprendidos por los emprendedores, analizando las tareas entregadas.
- ✔ Analizar el funcionamiento de la modalidad online, a través de una encuesta expuesta en la última clase.

De esta manera, se podrán visualizar las fortalezas y debilidades de la capacitación, que servirán como aprendizaje y experiencia a la hora de planificar un nuevo proyecto.

