



CreG

UNIDAD 4

Diseño gráfico para marketing en la industria 4.0

Contenidos

Introducción	3
Vista previa de las actividades por unidad	4
Unidad 4: Diseño gráfico para marketing en la industria 4.0	4
Subunidad 4.1: Ilustrando la industria 4.0	8
Actividad 4.1.1: Principios de la industria 4.0	8
4.1.1_01_Principios de la industria 4.0_separata .pdf	9
4.1.1_02_Principios de la industria 4.0_opciónmúltiple.docx	10
Actividad 4.1.2: Introducción a las infografías	12
Actividad 4.1.3: Mejores ejemplos de infografías	13
Actividad 4.1.4: Infografías e industria 4.0 (ejercicio)	14
4.1.4_01_ The fourth industrial revolution.pdf	14
Subunidad 4.2: Crear una marca y atraer a los/as clientes/as	15
Actividad 4.2.1: Principios del marketing	15
4.2.1_01_Principios del marketing.pdf	15
4.2.1_02_Principios del marketing_opciónmúltiple.pdf	15
Actividad 4.2.2: Principios de la identidad corporativa	16
Actividad 4.2.3: Principios de las marcas y logos	17
Actividad 4.2.4: Marca, identidad corporativa y logo para la industria 4.0 (estudio de caso)	18
4.2.4_01_MarcalClogo_estudio de caso.pdf	19
Actividad 4.2.5: Introducción a las tendencias de marketing	21
Actividad 4.2.6: Estrategia de marketing (estudio de caso)	23
4.2.64_01_Estrategia de marketing_estudio de caso.pdf	24
Actividad 4.2.7: Esquema general de los canales de comunicación	26
Subunidad 4.3: Evolución de los/as empleados/as	27
Actividad 4.3.1: Formación interna (estudio de caso)	27
4.3.1_01_Formación interna_estudiodecaso.pdf	28
Actividad 4.3.2: Comunicación interna e industria 4.0 (estudio de caso)	30

Introducción

Este documento contiene el primer borrador de los materiales correspondientes a la unidad 4 del curso de formación CreO.

Los borradores de los materiales se encuentran también disponibles de forma independiente en el Google Drive.

Por favor, utiliza este documento para revisar y comentar dichos materiales. ¡Muchas gracias!

Por favor, ten en cuenta que:

- ✓ Los artículos de Wikipedia propuestos serán sustituidos por artículos de otras fuentes.
- Las actividades 4.2.1, 4.3.1 y 4.3.2 se completarán en breve, ya que los materiales adicionales no se encuentran disponibles actualmente. Subiremos las actividades lo antes posible.
- La versión PDF de este documento incluye el material adicional disponible en formato PDF. En concreto, se trata de tres materiales que no se encuentran en esta versión MS Doc del documento.

Vista previa de las actividades por unidad

Unidad 4: Diseño gráfico para marketing en la industria 4.0

Nº	Nombre de la actividad	Conocimientos básicos	Competencias	Requisitos
Subunidad 4.1: Ilustrando la industria 4.0				
4.1.1	Principios de la industria 4.0	- elementos de la industria 4.0 cuyo conocimiento será imprescindible para completar las siguientes actividades		
4.1.2	Introducción a las infografías	- elementos de las infografías	- crear un tipo de infografía adecuada para la industria 4.0	- hacer una infografía relevante e interesante
4.1.3	Los mejores ejemplos prácticos de infografías	- elementos de las infografías	- ilustrar los principios de la industria 4.0 mediante infografías	
4.1.4	Infografías e industria 4.0 (ejercicio)	- principios de la industria 4.0 como elementos de las infografías - principios de la industria 4.0 Elementos que componen las infografías	- crear al menos tres tipos distintos de infografías adecuadas para contenidos específicos	- identificar el potencial de la industria 4.0 en la estrategia de marketing y utilizarlo en la comunicación
Subunidad 4.2: Crear una marca y atraer a los/as clientes/as:				
4.2.1	Principios del marketing	- la importancia de la participación activa de los/las clientes/as - elementos del marketing interno y externo		
4.2.2	Principios de la identidad corporativa	- elementos del marketing interno y externo		
4.2.3	Principios de marcas y logos	- elementos del marketing interno y externo		
4.2.4	Estudios de casos de marcas, identidades corporativas y logos en la industria 4.0	- principios de la industria 4.0	- crear al menos tres tipos distintos de infografías	- identificar el potencial de la industria 4.0 en la estrategia de marketing y utilizarlo en la comunicación

		<ul style="list-style-type: none"> - importancia de la participación activa de los/as clientes/as 	<p>adecuadas para contenidos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - ilustrar los principios de la industria 4.0 mediante infografías - crear una marca única que incluya un logo y una identidad corporativa (IC) 	<ul style="list-style-type: none"> - con la n - hac - crea - info - rele - inte
4.2.5	Introducción a las tendencias de marketing	<ul style="list-style-type: none"> - elementos del marketing interno y externo - conocimientos básicos de neuromarketing 		
4.2.6	Estrategia de marketing (estudio de caso)	<ul style="list-style-type: none"> - elementos del marketing interno y externo 	<ul style="list-style-type: none"> - crear una marca única que incluya un logo y una identidad corporativa (IC) 	
4.2.7	Esquema general de los canales de comunicación		<ul style="list-style-type: none"> - emplear al menos 2 canales de comunicación para atraer a los/as clientes/as, incluyendo las llamadas a la acción (CTAs por sus siglas en ingles: Call To Action) 	<ul style="list-style-type: none"> - des - des - info - dat
Subunidad 4.3: Evolución de los/as empleados/as				
4.3.1	Formación interna (estudio de caso)		<ul style="list-style-type: none"> - adoptar enfoques innovadores para seguir formando a los/las empleados/as mediante las competencias adquiridas en el ámbito del diseño gráfico o de las industrias culturales y creativas en general 	<ul style="list-style-type: none"> - ider - pot - con - la n
4.3.2	Comunicación interna en la industria 4.0 (estudio de caso)	<ul style="list-style-type: none"> - principios de la industria 4.0 	<ul style="list-style-type: none"> - emplear al menos 2 canales de comunicación para atraer a los/as clientes/as, incluyendo las llamadas a la acción (CTAs por sus siglas en ingles: Call To Action) - adoptar enfoques innovadores para seguir formando a los/las empleados/as mediante las competencias adquiridas en el ámbito del diseño gráfico o de las industrias culturales y creativas en general 	<ul style="list-style-type: none"> - ider - pot - con - la n

Unidad 4: Diseño gráfico para marketing en la industria 4.0			
Subunidad 4.1: Ilustrando la industria 4.0			
Actividad 4.1.1: Principios de la industria 4.0			
Resultados de aprendizaje	Conocimiento	Competencias	Responsabilidad y autonomía
	<ul style="list-style-type: none"> principios de la industria 4.0, cuyo conocimiento es imprescindible para realizar las siguientes actividades 		
Tipo de actividad	<input checked="" type="checkbox"/> PDF <input type="checkbox"/> PPT <input type="checkbox"/> Imagen/Infografía <input checked="" type="checkbox"/> Vídeo		<input checked="" type="checkbox"/> Test/Quiz <input type="checkbox"/> Juego <input type="checkbox"/> Otros (especificar) _____
Duración	60 minutos		
Actividad (pendiente de subir a Moodle de forma que esté visible para los/as estudiantes)	<p>Breve introducción (o repaso, si ya se ha completado la unidad 1) al tema de la industria 4.0 con la ayuda de una hoja de trabajo y 3 vídeos cortos de Youtube. Es posible realizar una pequeña autoevaluación después de haber recibido todo el contenido teórico o input.</p> <p>La industria 4.0 es uno de los desarrollos más relevantes de esta década. Todos los países económicamente desarrollados tienden ya hacia la industria 4.0. Por eso, los conceptos básicos de este modelo de pensamiento se presentan mediante tres vídeos cortos.</p> <p>Instrucciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> Lee la separata sobre la industria 4.0 Ve los tres vídeos sobre la industria 4.0 Realiza la autoevaluación <i>Conceptos básicos sobre la industria 4.0</i> 		
Evaluación	Autoevaluación de opción múltiple (se añadirá como actividad de Moodle) 4.1.1_02_Principios de la industria 4.0_opciónmúltiple.docx		
Recursos	<p>Separata: 4.1.1_01_Principios de la industria 4.0_separata.pdf</p> <p>Vídeos: https://www.youtube.com/watch?v=EV1Ygw6_rCs https://www.youtube.com/watch?v=v9rZOa3CUC8 https://www.youtube.com/watch?v=Bo2bu3C6xW8</p>		

**Lecturas
complementari
as**

Klaus Schwab: The fourth industrial revolution. 2017. ISBN: 978-0241300756

What is Industry 4.0?

(traducido de alemán a inglés de aquí:
<https://www.plattform-i40.de/PI40/Navigation/DE/Industrie40/WasIndustrie40/was-ist-industrie-40.html> [21.06.2019])

Introduction

"Screws communicate with assembly robots, self-propelled fork-lift trucks store goods on high shelves, intelligent machines independently coordinate production processes. People, machines and products are directly interlinked: the fourth industrial revolution has begun.

Industry 4.0 refers to the intelligent networking of machines and processes in the industry with the help of information and communication technology. There are many ways for companies to use intelligent networking. The possibilities include, for example:

- Flexible production: Many companies involved in the manufacture of a product are involved in the development of a product step by step. Digitally networked, these steps can be better coordinated and the utilization of the machines better planned.
- Convertible factory: Production lines will be built in modules in the future. They can be quickly assembled for a task. Productivity and efficiency are improved, individualized products can be produced in small quantities at affordable prices:
- Customer-centric solutions: consumer and producer move closer together. The customers themselves can design products according to their wishes - for example, elements of sneakers themselves can be designed and adapted to the individual foot shape. At the same time, smart products that are already delivered and in use can send data to the producer. With the usage data, the producer can improve his products and offer the customer novel services.
- Optimized logistics: Algorithms calculate ideal delivery routes, machines independently report when they need new material - the smart networking enables an optimal flow of goods.
- Use of data: Data on the course of production and the condition of a product are combined and evaluated. Data analysis provides guidance on how to make a product more efficiently. More importantly, it's the foundation for completely new business models and services. For example, lift manufacturers can offer their customers "predictive maintenance": elevators

are equipped with sensors that continuously send data about their condition. Wear can be detected and corrected before it leads to the failure of the elevator.

- Resource-efficient circular economy: products are considered data-driven over their entire life cycle. Even in the design, it is determined in which form the materials can be recycled.

Talking about Revolution: What's new about Industry 4.0?

Since the 1970s, information technology has moved into business. Desktop PCs, the use of office IT and the first computer-aided automation revolutionized the industry. For Industry 4.0, it is not the computer that is the central technology, but the Internet. Digitalization of production is gaining a new quality with global networking across company or national borders: the Internet of Things, machine-to-machine communication and manufacturing facilities that are becoming ever more intelligent are heralding a new era - the fourth industrial revolution, Industry 4.0.

On the way to Industry 4.0: What else needs to be done?

Implementing Industry 4.0 is a complex project: the more processes the economy digitizes and networks, the more interfaces are created between different actors. Uniform norms and standards for different industrial sectors, IT security and data protection play an equally central role as the legal framework, the changes in education and work, the development of new business models and the necessary research. All of these topics are dealt with by the experts of Platform Industrie 4.0 in six working groups. How the global, digital ecosystems of the future can be shaped is shown by the mission statement 2030 for Industry 4.0. It emphasizes sovereignty, interoperability and sustainability as central guidelines. "

4.1.1_02_Principios de la industria 4.0_opción múltiple.docx

(solo texto. Los documentos están disponibles en formato docx por separado, y las preguntas se plantearán como actividad de Moodle)

(las respuestas correctas están subrayadas)

1. Selecciona la afirmación correcta:

- a. La principal tecnología de la industria 4.0 se centra en la creación de redes internas más rápidas.
- b. La principal tecnología de la industria 4.0 es el ordenador.
- c. La principal tecnología de la industria 4.0 es Internet.**

2. Selecciona la afirmación correcta:

- a. Desde la década de los sesenta, la tecnología de la información ha llegado para quedarse en el mundo de los negocios.
- b. Desde la década de los setenta, la tecnología de la información ha llegado para quedarse en el mundo de los negocios.**

- c. Desde la década de los ochenta, la tecnología de la información ha llegado para quedarse en el mundo de los negocios.

3. ¿En cuál(es) de los siguientes ámbitos se podrían aplicar los principios de la industria 4.0? Selecciona la(s) afirmación(es) correcta(s).

- a. Producción flexible
- b. Fábricas desmontables
- c. Soluciones centradas en el cliente
- d. Uso de datos
- e. Economía circular eficiente en el uso de recursos
- f. Todos los anteriores

4. Selecciona la afirmación correcta:

- a. El término “Cuarta Revolución Industrial” fue acuñado por Klaus Schwab.
- b. El término “Cuarta Revolución Industrial” fue acuñado por Klaus Kuno Pümpin.
- c. El término “Cuarta Revolución Industrial” fue acuñado por Fredmund Malik.

5. Selecciona la afirmación correcta:

- a. La Segunda Revolución Industrial llegó de la mano de la producción en masa.
- b. La Segunda Revolución Industrial llegó de la mano de las disciplinas STEAM.
- c. La Segunda Revolución Industrial llegó de la mano de los ordenadores.

6. Selecciona la afirmación correcta:

- a. Pokemon-Go alcanzó los 100 millones de usuarios en 1 mes.
- b. Pokemon-Go alcanzó los 100 millones de usuarios en 1 año.
- c. Pokemon-Go alcanzó los 100 millones de usuarios en 6 meses.

7. Selecciona la afirmación correcta:

- a. La industria 4.0 no requiere ninguna estructura.
- b. La industria 4.0 requiere estructuras más profundas.
- c. La industria 4.0 requiere estructuras más planas.

Unidad 4: Diseño gráfico para marketing en la industria 4.0			
Subunidad 4.1: Ilustrando la industria 4.0			
Actividad 4.1.2: Introducción a las infografías			
Resultados de aprendizaje	Conocimiento	Competencias	Responsabilidad y autonomía
	<ul style="list-style-type: none"> elementos que componen las infografías 	<ul style="list-style-type: none"> crear un tipo de infografía adecuada para la industria 4.0 	<ul style="list-style-type: none"> adoptar enfoques innovadores para ilustrar información compleja o datos cuantitativos
Tipo de actividad	<input type="checkbox"/> PDF <input type="checkbox"/> PPT <input checked="" type="checkbox"/> Imagen/Infografía <input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Test/Quiz <input type="checkbox"/> Juego <input checked="" type="checkbox"/> Otros (especificar): crear una infografía con contenido específico	
Duración	30 minutos		
Actividad (pendiente de subir a Moodle de forma que esté visible para los/as estudiantes)	<p>Se debe hacer una introducción básica que incluya una vista previa general las infografías. Dicho contenido servirá como presentación de las infografías a los/as estudiantes.</p> <p>Instrucciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> Lee el artículo de Internet sobre las infografías. Selecciona los tres puntos más importantes del artículo de Internet sobre las infografías. Crea una infografía con los tres puntos más importantes del artículo. 		
Evaluación	Infografías subidas voluntariamente a la plataforma en formato JPG o PDF.		
Recursos	<p>Artículo de Internet: https://venngage.com/blog/create-infographics</p> <p>Se puede utilizar cualquier programa gráfico (Adobe Photoshop, Gimp e Illustrator, por ejemplo), aunque también es posible dibujar a mano.</p>		
Lecturas complementarias	<p>David Mc Candless: Knowledge is beautiful. 2009. ISBN: 978-0007427925</p> <p>Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Infographic</p>		

Unidad 4: Diseño gráfico para marketing en la industria 4.0			
Subunidad 4.1: Ilustrando la industria 4.0			
Actividad 4.1.3: Mejores ejemplos de infografías			
Resultados de aprendizaje	Conocimiento	Competencias	Responsabilidad y autonomía
	<ul style="list-style-type: none"> elementos que componen las infografías 	<ul style="list-style-type: none"> ilustrar los principios de la industria 4.0 a través de infografías 	
Tipo de actividad	<input type="checkbox"/> PDF <input checked="" type="checkbox"/> PPT <input type="checkbox"/> Imagen/Infografía <input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Test/Quiz <input type="checkbox"/> Juego <input checked="" type="checkbox"/> Otros (especificar): Búsqueda en la red	
Duración	60 minutos		
Actividad (pendiente de subir a Moodle de forma que esté visible para los/as estudiantes)	<p>En el input o contenido de esta unidad se presenta una vista previa de las infografías mediante una presentación de Power Point (en formato PDF). En concreto, ilustra las diferentes tipos de infografías. Instrucciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ve la presentación de Power Point <i>12 tipos de infografías</i>. 2. Realiza una búsqueda en Internet sobre este tema: hay que buscar buenos ejemplos prácticos de infografías. 3. Recoge y enumera cinco fuentes de Internet concretas en las que has realizado la búsqueda. 4. Prepara una presentación Power Point con cinco buenos ejemplos de infografías incluyendo las descripciones. 5. Si quieres, sube la presentación a la plataforma. 		
Evaluación	Presentaciones sobre infografías subidas voluntariamente a la plataforma		
Recursos	Presentación Power Point en formato PDF obtenida de aquí: https://myforefront.org/sites/default/files/resources/12-types-of-infographic.pdf PDF/PPP: 4.1.2_01_12 Types of Infographics_PPP.pdf		
Lecturas complementarias			

Unidad 4: Diseño gráfico para marketing en la industria 4.0			
Subunidad 4.1: Ilustrando la industria 4.0			
Actividad 4.1.4: Infografías e industria 4.0 (ejercicio)			
Resultados de aprendizaje	Conocimiento	Competencias	Responsabilidad y autonomía
<p>(pegar aquí los RA que correspondan de la matriz)</p>	<ul style="list-style-type: none"> principios de la industria 4.0 elementos que componen las infografías 	<ul style="list-style-type: none"> crear al menos tres tipos distintos de infografías adecuadas para contenidos específicos 	<ul style="list-style-type: none"> identificar nuevos campos potenciales de cooperación con empresas del sector de la manufactura y desarrollar estrategias para desglosar e ilustrar información compleja o datos cuantitativos
Tipo de actividad	<input checked="" type="checkbox"/> PDF <input type="checkbox"/> PPT <input type="checkbox"/> Imagen/Infografía <input type="checkbox"/> Vídeo		<input type="checkbox"/> Test/Quiz <input type="checkbox"/> Juego <input type="checkbox"/> Otros (especificar)
Duración	60 minutos		
Actividad	<p>(pendiente de subir a Moodle de forma que esté visible para los/as estudiantes)</p> <p>En la última actividad de la unidad, se combina el conocimiento sobre la industria 4.0 con el conocimiento práctico adquirido para crear infografías. Al final, las tres infografías resumirán los contenidos más importantes de la industria 4.0. Instrucciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> Lee el texto sobre la Cuarta Revolución Industrial. Selecciona los tres aspectos más importantes del tema <i>La Cuarta Revolución Industrial</i>. Crea una infografía que represente esos tres aspectos. 		
Evaluación	Infografías subidas voluntariamente a la plataforma		
Recursos	<p>Artículo PDF:</p> <p>4.1.4_01_The fourth industrial revolution.pdf</p> <p>Se puede utilizar cualquier programa gráfico (Adobe Photoshop, Gimp e Illustrator, por ejemplo), aunque también es posible dibujar a mano.</p>		
Lecturas complementarias			

4.1.4_01_ The fourth industrial revolution.pdf
(PDF insertado, también disponible por separado)

Unidad 4: Diseño gráfico para marketing en la industria 4.0			
Subunidad 4.2: Crear una marca y atraer a los/as clientes/as			
Actividad 4.2.1: Principios del marketing			
Resultados de aprendizaje (pegar aquí los RA que correspondan de la matriz)	Conocimiento	Competencias	Responsabilidad y autonomía
	<ul style="list-style-type: none"> la importancia de los elementos de participación activa de los/as clients/as en el marketing interno y externo 		
Tipo de actividad	<input checked="" type="checkbox"/> PDF <input type="checkbox"/> PPT <input type="checkbox"/> Imagen/Infografía <input checked="" type="checkbox"/> Vídeo		<input checked="" type="checkbox"/> Test/Quiz <input type="checkbox"/> Juego <input type="checkbox"/> Otros (especificar) <hr/>
Duración	60 minutos		
Actividad (pendiente de subir a Moodle de forma que esté visible para los/as estudiantes)	<p>En esta introducción al marketing se deberá presentar una resumen general de las herramientas clásicas de marketing.</p> <p>Instrucciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> Lee el artículo <i>Marketing Principles and Process</i> de Brent L. Rollins. Ve el vídeo <i>Marketing: An introduction</i>, que está basado en los trabajos de Kotler y Armstrong. Responde a las preguntas del test. 		
Evaluación	4.2.1_02_Principios del marketing _opciónmúltiple		
Recursos	<p>Artículo PDF 4.2.1_01_Principios del marketing.pdf</p> <p>Vídeo: https://slideplayer.com/slide/4618627/</p>		
Lecturas complementarias	Gary Armstrong, Philip T. Kotler. Principles of Marketing. 2017. ISBN: 978-1292220178		

4.2.1_01_Principios del marketing.pdf
(PDF insertado, también disponible por separado)

4.2.1_02_Principios del marketing_opciónmúltiple.pdf
(PDF insertado, también disponible por separado)

Unidad 4: Diseño gráfico para marketing en la industria 4.0			
Subunidad 4.2: Crear una marca y atraer a los/as clientes/as			
Actividad 4.2.2: Principios de la identidad corporativa			
Resultados de aprendizaje (pegar aquí los RA que correspondan de la matriz)	Conocimiento	Competencias	Responsabilidad y autonomía
	<ul style="list-style-type: none"> • elementos del marketing interno y externo 		
Tipo de actividad	<input type="checkbox"/> PDF <input type="checkbox"/> PPT <input type="checkbox"/> Imagen/Infografía <input type="checkbox"/> Vídeo		<input type="checkbox"/> Test/Quiz <input type="checkbox"/> Juego <input checked="" type="checkbox"/> Otros (especificar): Online Research
Duración	30 minutos		
Actividad (pendiente de subir a Moodle de forma que esté visible para los/as estudiantes)	<p>Se trata de una actividad de introducción básica a la identidad corporativa. Se pueden realizar las siguientes tareas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Leer el artículo sobre la identidad corporativa. 2. Analizar las compañías Apple, RWE y McDonald's en los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué percepción tienen los/as clientes/as de la empresa? - ¿Qué elementos visuales asociamos con ellas? - ¿Qué deberían expresar los mencionados elementos visuales? 		
Evaluación			
Recursos	<p>Artículo: https://www.slideshare.net/MrSouthworth/corporate-identity-theory-25959187</p> <p>Ejemplos de análisis: Apple: https://www.apple.com/ RWE: https://www.group.rwe/en McDonald's: https://www.mcdonalds.com/us/en-us.html</p>		
Lecturas complementarias	https://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_identity		

Unidad 4: Diseño gráfico para marketing en la industria 4.0			
Subunidad 4.2: Crear una marca y atraer a los/as clientes/as			
Actividad 4.2.3: Principios de las marcas y logos			
Resultados de aprendizaje (pegar aquí los RA que correspondan de la matriz)	Conocimiento	Competencias	Responsabilidad y autonomía
	<ul style="list-style-type: none"> • elementos del marketing interno y externo 		
Tipo de actividad	<input checked="" type="checkbox"/> PDF <input type="checkbox"/> PPT <input type="checkbox"/> Imagen/Infografía <input checked="" type="checkbox"/> Vídeo		<input type="checkbox"/> Test/Quiz <input type="checkbox"/> Juego <input checked="" type="checkbox"/> Otros (especificar) Online Research
Duración	30 minutos		
Actividad (pendiente de subir a Moodle de forma que esté visible para los/as estudiantes)	<p>Se trata de una actividad de introducción básica a marcas y logos. Se pueden realizar las siguientes tareas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Leer el artículo sobre las marcas. 2. Leer el artículo sobre los logos. 3. Ver el vídeo de Youtube sobre las marcas más valiosas de 2018. 		
Evaluación	Adquisición de conocimientos básicos sobre marcas y logos mediante ejemplos		
Recursos	<p>Artículos Marca: https://www.webdesignerdepot.com/2009/06/12-essential-rules-to-follow-when-designing-a-logo/ Logo: 4.2.3_01_The 9 principles of branding.pdf Vídeo: https://www.youtube.com/watch?v=gLDRI000bXA</p>		
Lecturas complementarias	Logo: https://en.wikipedia.org/wiki/Logo Marca: https://en.wikipedia.org/wiki/Brand		

Unidad 4: Diseño gráfico para marketing en la industria 4.0			
Subunidad 4.2: Crear una marca y atraer a los/as clientes/as			
Actividad 4.2.4: Marca, identidad corporativa y logo para la industria 4.0 (estudio de caso)			
Resultados de aprendizaje (pegar aquí los RA que correspondan de la matriz)	Conocimiento	Competencias	Responsabilidad y autonomía
	<ul style="list-style-type: none"> principios de la industria 4.0 la importancia de la participación active de los/as clients/as 	<ul style="list-style-type: none"> crear al menos tres tipos distintos de infografías adecuadas para contenidos específicos ilustrar los principios de la industria 4.0 mediante infografías crear una marca única que incluya un logo y una identidad corporativa (IC) 	<ul style="list-style-type: none"> identificar nuevos campos potenciales de cooperación con empresas del sector de la manufactura hacer uso de enfoques creativos para ilustrar la información compleja relevante para el marketing interno y externo
Tipo de actividad	<input checked="" type="checkbox"/> PDF <input type="checkbox"/> PPT <input type="checkbox"/> Imagen/Infografía <input type="checkbox"/> Vídeo		<input type="checkbox"/> Test/Quiz <input type="checkbox"/> Juego <input type="checkbox"/> Otros (especificar) <hr/>
Duración	120 minutos		
Actividad (pendiente de subir a Moodle de forma que esté visible para los/as estudiantes)	<p>Esta unidad se basa en la aplicación de los conocimientos adquiridos previamente mediante estudios de caso concretos. La premisa de este estudio de caso será la siguiente: una empresa ficticia tiene que realizar una presentación sobre asuntos técnicos complejos que atañen a las empresas. Instrucciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> Lee el estudio de caso completo. Realiza las tareas indicadas en el estudio de caso: <ul style="list-style-type: none"> Desarrolla un logo teniendo en cuenta los requerimientos mencionados. Desarrolla cinco elementos adicionales que describan la marca de la empresa. Prepara tres afirmaciones concretas para crear la identidad corporativa de la empresa y presentarlas mediante una infografía. Si quieres compartir tu trabajo, puedes subirlo a la plataforma. 		
Evaluación	Un PDF subido voluntariamente que incluya todos los elementos desarrollados en el estudio de caso. También es posible realizar dibujos a mano y subirlos en formato JPG o PDF.		

Recursos	PDF: 4.2.4_01_MarcalCLogo_estudiodecaso.pdf
Lecturas complementarias	

Introducción

La presente unidad se basa en la aplicación de los conocimientos adquiridos previamente mediante estudios de caso concretos. La premisa de este estudio de caso será la siguiente: una empresa ficticia tiene que realizar una presentación sobre asuntos técnicos complejos que atañen a las empresas.

Descripción de la situación

Tu empresa

Trabajas en una agencia de publicidad especializada en presentar de forma simple asuntos complejos. Cuenta con 10 empleados/as. El equipamiento técnico está actualizado y permite implementar todas las soluciones posibles. Aunque se considera que la empresa es muy innovadora, cada vez es más complicado encontrar empleados/as que se adapten a las necesidades de la empresa. Además, la presión ejercida por la competencia es cada vez mayor, y ha habido varios intentos de copiar los servicios.

Grupos objetivo

Los grupos objetivo de la empresa son, sobre todo, las empresas del sector de la manufactura. En los últimos tiempos, la empresa se ha centrado más en las representaciones y soluciones del ámbito de la industria 4.0. No hay duda de que quieren ser parte de esa tendencia.

Tareas

Tu nuevo proyecto

Tenéis un nuevo cliente: DYNA SEAL GmbH, una empresa manufacturera que se dedica a la producción de juntas para las líneas de alta presión del proceso de impresión 3D que quiere rediseñar completamente su presencia en el mercado. Hasta ahora, el enfoque de la empresa ha sido muy tradicional, pero le gustaría que, en el futuro, consideraran que se trata de una empresa manufacturera innovadora. El primer paso es rediseñar su identidad corporativa, su marca y su logo.

Tus tareas

La semana que viene tendrás la oportunidad de presentar tus primeras propuestas. Estas son las condiciones generales o puntos clave que tienes que tener en cuenta:

- La empresa quiere que la tomen por una empresa innovadora.
- La empresa quiere ser una empresa joven.
- En cualquier caso, no pueden faltar los elementos de la industria 4.0.
- Los elementos visuales tienen que expresar competencia técnica.
- La identidad corporativa, la marca y el logo deben de ser adecuados para el mercado internacional.

Tienes que realizar las siguientes tareas específicas:

1. Desarrollar un logo para empresa que incluya todas las condiciones generales y puntos clave mencionados arriba.
2. Desarrollar cinco elementos adicionales que describan la marca de la empresa.
3. Preparar tres afirmaciones concretas para crear la identidad corporativa de la empresa y presentarlas mediante una infografía.

Unidad 4: Diseño gráfico para marketing en la industria 4.0			
Subunidad 4.2: Crear una marca y atraer a los/as clientes/as			
Actividad 4.2.5: Introducción a las tendencias de marketing			
Resultados de aprendizaje (pegar aquí los RA que correspondan de la matriz)	Conocimiento	Competencias	Responsabilidad y autonomía
	<ul style="list-style-type: none"> ● elementos del marketing interno y externo ● conocimientos básicos de neuromarketing 		
Tipo de actividad	<input type="checkbox"/> PDF <input type="checkbox"/> PPT <input type="checkbox"/> Imagen/Infografía <input checked="" type="checkbox"/> Vídeo		<input type="checkbox"/> Test/Quiz <input type="checkbox"/> Juego <input checked="" type="checkbox"/> Otros (especificar) Búsqueda en la red
Duración	90 minutos		
Actividad (pendiente de subir a Moodle de forma que esté visible para los/as estudiantes)	<p>La presente unidad abordará el tema de las tendencias en el marketing. Para ello, se presentarán ejemplos actuales. Concretamente, una de las principales tendencias del marketing es el neuromarketing, y, por ello, se profundizará más en él.</p> <p>Instrucciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ve el vídeo de Youtube sobre las tendencias de marketing de 2019. 2. Visita las páginas de Internet sobre las tendencias de marketing y lee el artículo. <ul style="list-style-type: none"> ☐ Representa mediante una infografía las tres tendencias de marketing que te resulten más relevantes. 3. Ve los dos vídeos de Youtube sobre neuromarketing. 4. Lee el artículo sobre los buenos ejemplos de neuromarketing. <ul style="list-style-type: none"> ☐ Crea una infografía sobre cualquier tema que tenga que ver con tu trabajo utilizando para ello los principios del neuromarketing. 		
Evaluación	Infografías subidas voluntariamente		
Recursos	<p>Vídeos:</p> <p>Tendencias de marketing: https://www.youtube.com/watch?v=O3MC4JCu4vM</p> <p>Neuromarketing: https://www.youtube.com/watch?v=hMkkVCQdoa4 https://www.youtube.com/watch?v=ZbkYV6aXdc0</p>		

	<p>Tendencias de marketing: https://digitalmarketinginstitute.com/blog/8-digital-marketing-trends-to-watch-out-for-in-2019 https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2019/01/15/11-trends-that-will-shape-marketing-in-2019/#4830e5a336a6</p> <p>Buenos ejemplos de neuromarketing: https://www.jeffbullas.com/examples-of-neuromarketing/</p>
<p>Lecturas complementarias</p>	<p>Hans Georg Häusel. Emotional boosting. 2012. ISBN 978-3-648-02944-2</p>

Unidad 4: Diseño gráfico para marketing en la industria 4.0			
Subunidad 4.2: Crear una marca y atraer a los/as clientes/as			
Actividad 4.2.6: Estrategia de marketing (estudio de caso)			
Resultados de aprendizaje	Conocimiento	Competencias	Responsabilidad y autonomía
(pegar aquí los RA que correspondan de la matriz)	<ul style="list-style-type: none"> elementos del marketing interno y externo 	<ul style="list-style-type: none"> crear una marca única que incluya un logo y una identidad corporativa (IC) 	
Tipo de actividad	<input type="checkbox"/> PDF <input checked="" type="checkbox"/> PPT <input type="checkbox"/> Imagen/Infografía <input type="checkbox"/> Vídeo	<input type="checkbox"/> Test/Quiz <input type="checkbox"/> Juego <input type="checkbox"/> Otros (especificar)	
Duración	60 minutos		
Actividad (pendiente de subir a Moodle de forma que esté visible para los/as estudiantes)	<p>Esta unidad se basa en la aplicación de los conocimientos adquiridos previamente en estudios de caso concretos. La premisa de este estudio de caso será la siguiente: una empresa ficticia tiene que realizar una presentación sobre asuntos técnicos complejos que atañen a las empresas. Instrucciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> Lee el estudio de caso completo. Realiza las tareas indicadas en el estudio de caso: <ul style="list-style-type: none"> Desarrolla cinco ideas de marketing que cumplan los requisitos del caso ficticio planteado. Prepara una presentación de Power Point para presentar los cinco puntos anteriores. Si quieres compartir tu trabajo, puedes subirlo a la plataforma. 		
Evaluación	PDF o presentación de Power Point subida voluntariamente.		
Recursos	PDF: 4.2.6_01_Estrategia de marketing_estudiodecaso.pdf		
Lecturas complementarias			

Introducción

Este estudio de caso es la continuación del estudio de caso de la actividad 4.2.4 (marca, identidad corporativa, logo). Supongamos que ya has desarrollado satisfactoriamente una identidad corporativa, un logo y los elementos básicos de marca para la empresa DYNA SEAL GmbH. El siguiente paso es desarrollar las ideas que servirán de base para plantear la estrategia de marketing.

Descripción de la situación

Tu empresa

Trabajas en una agencia de publicidad especializada en presentar de forma simple asuntos complejos. Cuenta con 10 empleados/as. El equipamiento técnico está actualizado y permite implementar todas las soluciones posibles. Aunque se considera que la empresa es muy innovadora, cada vez es más complicado encontrar empleados/as que se adapten a las necesidades de la empresa. Además, la presión ejercida por la competencia es cada vez mayor, y ha habido varios intentos de copiar los servicios.

Grupos objetivo

Los grupos objetivo de la empresa son, sobre todo, las empresas del sector de la manufactura. En los últimos tiempos, la empresa se ha centrado más en las representaciones y soluciones del ámbito de la industria 4.0. No hay duda de que quieren ser parte de esa tendencia.

Tareas

Desarrolla las ideas que servirán de base para plantear la estrategia de marketing

Vuestro nuevo cliente es DYNA SEAL GmbH, una empresa manufacturera que se dedica a la producción de juntas para las líneas de alta presión del proceso de impresión 3D que ya ha dado los primeros pasos, con tu ayuda, lograr que la percepción del mercado sea buena. Ya se han desarrollado los elementos básicos de la marca y la identidad corporativa y el logo (actividad 8). Por lo tanto, lo siguiente es desarrollar una serie de ideas dirigidas al diseño de la estrategia de

marketing que se implantará en la empresa. Repasa los resultados de la actividad 8 y crea la estrategia de marketing basándote en ellos.

Tus tareas

La semana que viene tienes que presentar las primeras ideas para la nueva estrategia de marketing.

Tienes que tener en cuenta las siguientes condiciones o puntos clave de la actividad 8:

- La empresa quiere que la tomen por una empresa innovadora.
- La empresa quiere ser una empresa joven.
- En cualquier caso, no pueden faltar los elementos de la industria 4.0.
- Los elementos visuales tienen que expresar competencia técnica.
- La identidad corporativa, la marca y el logo deben de ser adecuados para el mercado internacional.

Además, también tienes que tener en cuenta lo siguiente:

- Las ideas de marketing tienen que estar basadas en las tendencias de marketing actuales.
- Las ideas de marketing tienen que incluir el conocimiento adquirido sobre neuromarketing .

Concretamente, tienes que realizar las siguientes tareas específicas:

1. Desarrollar cinco ideas de marketing que cumplan todas las condiciones y puntos clave mencionados arriba.
2. Crear una presentación de Power Point que ilustre esos cinco puntos.

Unidad 4: Diseño gráfico para marketing en la industria 4.0

Subunidad 4.2: Crear una marca y atraer a los/as clientes/as

Actividad 4.2.7: Esquema general de los canales de comunicación

Resultados de aprendizaje	Conocimiento	Competencias	Responsabilidad y autonomía
(pegar aquí los RA que correspondan de la matriz)		<ul style="list-style-type: none"> emplear al menos 2 canales de comunicación para atraer a los/as clientes/as, incluyendo las llamadas a la acción (CTAs por sus siglas en inglés: Call To Action) 	<ul style="list-style-type: none"> desarrollar estrategias para desglosar e ilustrar información compleja o datos cuantitativos
Tipo de actividad	<input type="checkbox"/> PDF <input type="checkbox"/> PPT <input type="checkbox"/> Imagen/Infografía <input checked="" type="checkbox"/> Vídeo		<input type="checkbox"/> Test/Quiz <input type="checkbox"/> Juego <input checked="" type="checkbox"/> Otros (especificar) Búsqueda en línea
Duración	60 minutos		
Actividad (pendiente de subir a Moodle de forma que esté visible para los/as estudiantes)	<p>La comunicación para con los/as clientes/as es uno de los principales elementos del marketing. En esta unidad, se aprenderá cuáles son las vías básicas para comunicarse con ellos/as. Además, también se abordará el debate generado por el uso de las llamadas a la acción (CTAs por sus siglas en inglés: Call For Action). Instrucciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> Lee el contenido artículo <i>Communication channels</i> de la página web. Ve los vídeos sobre ejemplos de CTA. Desarrolla tres ejemplos de CTAs que se puedan aplicar en tu ámbito de trabajo. 		
Evaluación	CTAs subidas voluntariamente.		
Recursos	<p>Artículo: <i>Communication channels</i>: https://masterful-marketing.com/marketing-communications-channel-strategy/</p> <p>Vídeos: https://www.youtube.com/watch?v=9iB7xaYCdOk https://www.youtube.com/watch?v=fMLyrcPUGxk https://www.youtube.com/watch?v=i1riOX1Gibw</p>		
Lecturas complementarias			

Unidad 4: Diseño gráfico para marketing en la industria 4.0			
Subunidad 4.3: Evolución de los/as empleados/as			
Actividad 4.3.1: Formación interna (estudio de caso)			
Resultados de aprendizaje (pegar aquí los RA que correspondan de la matriz)	Conocimiento	Competencias	Responsabilidad y autonomía
		<ul style="list-style-type: none"> adoptar enfoques innovadores para seguir formando a los/las empleados/as mediante las competencias adquiridas en el ámbito del diseño gráfico o de las industrias culturales y creativas en general 	<ul style="list-style-type: none"> identificar nuevos campos potenciales de cooperación con empresas del sector de la manufactura
Tipo de actividad	<input checked="" type="checkbox"/> PDF <input type="checkbox"/> PPT <input type="checkbox"/> Imagen/Infografía <input type="checkbox"/> Vídeo		<input type="checkbox"/> Test/Quiz <input type="checkbox"/> Juego <input type="checkbox"/> Otros (especificar) <hr/>
Duración	120 minutos		
Actividad (pendiente de subir a Moodle de forma que esté visible para los/as estudiantes)	<p>Esta unidad se basa en la aplicación de los conocimientos adquiridos previamente mediante estudios de caso concretos. La premisa de este estudio de caso será la siguiente: una empresa ficticia tiene que realizar una presentación sobre asuntos técnicos complejos que atañen a las empresas. Instrucciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> Lee el estudio de caso completo. Realiza las tareas indicadas en el estudio de caso. Si quieres compartir tu trabajo, puedes subirlo a la plataforma. 		
Evaluación	PDF o presentación de Power Point subida voluntariamente.		
Recursos	PDF: 4.3.1_01_Formación interna_estudiodecaso.pdf		
Lecturas complementarias			

Introducción

La presente unidad se basa en la aplicación de los conocimientos adquiridos previamente mediante estudios de caso concretos. La premisa de este estudio de caso será la siguiente: una empresa ficticia tiene que realizar una presentación sobre asuntos técnicos complejos que atañen a las empresas.

Descripción de la situación

Tu empresa

Trabajas en una agencia de publicidad especializada en la presentar de forma simple asuntos complejos. Cuenta con 10 empleados/as. El equipamiento técnico está actualizado y permite implementar todas las soluciones posibles. Aunque se considera que la empresa es muy innovadora, cada vez es más complicado encontrar empleados/as que se adapten a las necesidades de la empresa. Además, la presión ejercida por la competencia es cada vez mayor, y ha habido varios intentos de copiar los servicios.

Grupos objetivo

Los grupos objetivo de la empresa son, sobre todo, las empresas del sector de la manufactura. En los últimos tiempos, la empresa se ha centrado más en las representaciones y soluciones del ámbito de la industria 4.0. No hay duda de que quieren ser parte de esa tendencia.

Tareas

Nuevo método de transferencia de conocimiento

Tú eres el/la responsable de la preparación y formación interna de la empresa. En el contexto arriba mencionado, tienes que hacer frente a la siguiente situación: la mayoría de las formaciones ofrecidas en tu empresa hasta el momento han estado basadas en la enseñanza de método frontal; es decir, un/una ponente presenta los contenidos en formato seminario y los/as participantes adquieren dichos conocimientos de forma pasiva. Sin embargo, el empleo de dicho método ha resultado muy

poco satisfactorio para los/as empleados/as. Por ello, se ha decidió aplicar el método del aula invertida. Podrás encontrar información básica sobre dicho método aquí:

<https://www.easy-lms.com/knowledge-center/about-flipped-classroom/item10608>

Además, también puedes ver los siguientes vídeos que guardan relación con el tema:

<https://www.youtube.com/watch?v=BCIxikOq73Q>

https://www.youtube.com/watch?v=G_p63W_2F_4

https://www.youtube.com/watch?v=qdKzSq_t8k8

Tus tareas

La semana que viene podrás presentar tus propuestas iniciales para diseñar un curso de formación interna basado en el método del aula invertida. El tema de dicho curso será el Reglamento General para la Protección de Datos europeo.

Tienes que realizar las siguientes tareas específicas:

1. Desarrollar un esquema detallado de la formación interna sobre el Reglamento General para la Protección de Datos europeo. La duración de la formación será de 16 horas.
2. Generar un ejemplo de ejercicio concreto que incluya soluciones sobre el tema a abordar en la formación. Por ejemplo, el enunciado ejercicio podría plantearse de la siguiente manera:
¿A quién afecta en tu país el Reglamento General de Protección de Datos? Representa todos los grupos afectados mediante una infografía que sea capaz de captar la atención del público.
3. Especifica cómo se aplica dicho ejercicio (incluyendo la solución modelo) en el modelo de aula invertida.

Teniendo en cuenta que el modelo de aula invertida solo es un método más, busca información sobre otros métodos creativos para la transferencia de conocimiento en Internet. Recuerda que los métodos en cuestión deben ser aplicables a tu industria concreta.

También tienes que realizar esta tarea.

1. Presenta tres métodos creativos de transferencia de conocimiento mediante una infografía y describe cada método con un máximo de 7 frases.

Resume todas las tareas en una presentación de Power Point. Si quieres, puedes subir la presentación a la plataforma.

Unidad 4: Diseño gráfico para marketing en la industria 4.0			
Subunidad 4.3: Evolución de los/as empleados/as			
Actividad 4.3.2: Comunicación interna e industria 4.0 (estudio de caso)			
<p>Resultados de aprendizaje (pegar aquí los RA que correspondan de la matriz)</p>	<p>Conocimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> principios de la industria 4.0 	<p>Competencias</p> <ul style="list-style-type: none"> emplear al menos 2 canales de comunicación para atraer a los/as clientes/as, incluyendo las llamadas a la acción (CTAs por sus siglas en ingles: Call To Action) adoptar enfoques innovadores para seguir formando a los/las empleados/as mediante las competencias adquiridas en el ámbito del diseño gráfico o de las industrias culturales y creativas en general 	<p>Responsabilidad y autonomía</p> <ul style="list-style-type: none"> identificar nuevos campos potenciales de cooperación con empresas del sector de la manufactura y desarrollar estrategias para desglosar e ilustrar información compleja o datos cuantitativos
<p>Tipo de actividad</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> PDF</p> <p><input type="checkbox"/> PPT</p> <p><input type="checkbox"/> Imagen/Infografía</p> <p><input type="checkbox"/> Vídeo</p>		<p><input type="checkbox"/> Test/Quiz</p> <p><input type="checkbox"/> Juego</p> <p><input type="checkbox"/> Otros (especificar)</p> <hr/>
<p>Duración</p>	<p>120 minutos</p>		
<p>Actividad (pendiente de subir a Moodle de forma que esté visible para los/as estudiantes)</p>	<p>Esta unidad se basa en la aplicación de los conocimientos adquiridos previamente mediante estudios de caso concretos. La premisa de este estudio de caso será la siguiente: una empresa ficticia tiene que realizar una presentación sobre asuntos técnicos complejos que atañen a las empresas. Instrucciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> Lee el estudio de caso completo. Realiza las tareas indicadas en el estudio de caso. 		

	3. Si quieres compartir tu trabajo, puedes subirlo a la plataforma.
Evaluación	PDF o presentación de Power Point subida voluntariamente.
Recursos	PDF: 4.3.2_01_Comunicación interna_estudiodecaso.pdf
Lecturas complementarias	

4.3.2_01_Comunicación interna_estudiodecaso.pdf
(solo texto, PDF disponible por separado)

Introducción

Este estudio de caso es la continuación del estudio de caso de la actividad 4.2.4 (marca, identidad corporativa, logo). Supongamos que ya has desarrollado satisfactoriamente una identidad corporativa, un logo y los elementos básicos de marca para la empresa DYNA SEAL GmbH. El siguiente paso es desarrollar las ideas que servirán de base para plantear la estrategia de marketing.

Descripción de la situación

Tu empresa

Trabajas en una agencia de publicidad especializada en la presentar de forma simple asuntos complejos. Cuenta con 10 empleados/as. El equipamiento técnico está actualizado y permite implementar todas las soluciones posibles. Aunque se considera que la empresa es muy innovadora, cada vez es más complicado encontrar empleados/as que se adapten a las necesidades de la empresa. Además, la presión ejercida por la competencia es cada vez mayor, y ha habido varios intentos de copiar los servicios.

Grupos objetivo

Los grupos objetivo de la empresa son, sobre todo, las empresas del sector de la manufactura. En los últimos tiempos, la empresa se ha centrado más en las representaciones y soluciones del ámbito de la industria 4.0. No hay duda de que quieren ser parte de esa tendencia.

Tareas

La nueva plataforma de formación interna

Tú eres el/la responsable de la educación y formación interna de la empresa. En el contexto arriba mencionado, tienes que hacer frente a la siguiente situación: en las sesiones formativas del año pasado, te diste cuenta de que, cada vez más a menudo, los/as empleados/as ya habían adquirido con anterioridad los conocimientos impartidos en las formaciones internas, especialmente en algunos ámbitos de la digitalización. En vista de ello, está claro que esa base de conocimiento interno debería compartirse y poner a disposición del resto de los/as empleados/as. Para ello, sería fundamental una mayor comunicación apoyada por una plataforma de formación interna. El principal problema es la falta de motivación que muestran los/as empleados/as a la hora de compartir su conocimiento con el resto. Además, el diseño de la plataforma debe garantizar que los/as empleados/as quieran utilizarla con ganas.

Tus tareas

La semana que viene tendrás la oportunidad de presentar tus primeras propuestas de desarrollo de una nueva plataforma de formación interna. Estas son las condiciones generales que tienes que tener en cuenta:

1. La plataforma tiene que ser muy intuitiva.
2. La propia estructura de la plataforma tiene que motivar a los/as empleados/as a usarla.
3. Tiene que poder identificarse claramente cuál es el beneficio que obtienen los/as empleados/as que deciden incorporar sus conocimientos a la plataforma.
4. La plataforma debe incluir llamadas a la acción (CTA) o elementos que motiven a los/as empleados/as a investigar en profundidad algunos temas.
5. La nueva plataforma también tendrá el objetivo de instaurar nuevas formas de comunicación en la empresa. Estos enlaces de Internet pueden ser de utilidad con respecto a las CTAs:

<https://www.crazyegg.com/blog/call-to-action-examples/>

<https://www.process.st/call-to-action-examples/>

<https://www.youtube.com/watch?v=LUsR0xmtJ8s>

<https://www.youtube.com/watch?v=fMLyrcPUGxk>

También hay que realizar las siguientes tareas específicas:

1. Desarrollar una estructura básica para la nueva plataforma de formación interna.
2. Desarrollar tres ideas para proponer nuevos canales de comunicación con aplicación mediante la plataforma que difieran de los canales de comunicación tradicionales (p.e.: el email).
3. Crear una infografía que ilustre los principios de las CTAs.
4. Desarrollar tres CTAs concretas que motiven a los/as empleados/as a usarlos.
5. Desarrollar cuatro actividades que motiven a los/as empleados/as a compartir su conocimiento mediante la plataforma.

Resume todas las tareas en una presentación de Power Point. Si quieres, puedes subirla a la plataforma.