Detalle de las tareas

Diplomado de Marketing Inteligente

2026

Tarea 1: Journey + Sesgos

⏱️ Tiempo estimado: 2 horas

1. **Auditoría de Journey:** Mapea el journey completo de un cliente real de tu empresa o de una marca que administres. Identifica los micro-momentos y el Messy Middle.
2. **Inventario de Sesgos:** Lista 3 sesgos cognitivos o principios de Cialdini que podrías implementar en tu comunicación actual. Propón cómo hacerlo.
3. **Calculadora LTV/CAC:** Calcula el LTV y CAC de tu negocio o de un cliente. Si no tienes los datos, identifica qué datos necesitas recopilar.

Formato de entrega: Documento de 1 página o presentación de 3 slides.

Tarea 2: Sesgo congnitivos

⏱️ Tiempo estimado: 2 horas

01

AUDITORÍA DE SESGOS COGNITIVOS

- Elige una marca que uses regularmente
- Identifica 3 sesgos cognitivos que usa en su marketing
- Ejemplo: Apple usa Efecto Halo (diseño hermoso) + Autoridad (expertos) + Escasez (ediciones limitadas)

02

ANÁLISIS DE PRINCIPIOS DE CIALDINI

- Elige un sitio web de e-commerce
- Identifica cuál de los 7 principios de Cialdini usa más
- Ejemplo: Amazon usa Prueba Social (reseñas) + Aversión a la Pérdida (devolución 30 días) + Urgencia (Prime Day)

03

REFLEXIÓN ÉTICA

- Pregúntate: ¿Mi marketing es persuasión o manipulación?
- Escribe 3 ejemplos de Dark Patterns que has visto
- Escribe 3 ejemplos de Light Patterns que te gustaría implementar

---

Formato de entrega: Documento de 1 página o presentación de 3 slides.

Tarea 3: Diseña Tu Estrategia

⏱️ Tiempo estimado: 3 horas

Objetivo: Aplicar los 9 pilares estratégicos a una empresa real o ficticia de tu elección. Este taller simula el trabajo real de un consultor de estrategia digital: tiempo limitado, decisiones con criterio, justificación clara.

01

Elige una empresa

Puede ser tu empresa actual, una startup ficticia o una empresa que admires. Define sector, tamaño y mercado objetivo.

02

Define el contexto

Sector, tamaño, mercado objetivo, propuesta de valor, competidores principales. Este paso determina todas las decisiones posteriores.

03

Completa el Canvas Estratégico

Objetivo SMART → Buyer Persona → Plataformas (máx. 3) → Content Pillars → Tipos de contenido → KPIs → Presupuesto estimado

04

Diseña 5 posts de ejemplo

Uno por Content Pillar, con copy, formato y plataforma. Justifica por qué ese formato para ese pillar.

05

Identifica 3 riesgos

¿Qué podría fallar? ¿Cómo lo mitigarías? El pensamiento de riesgo diferencia al estratega del ejecutor.

Formato de entrega: Documento de 1-2 páginas con el Canvas Estratégico completo y 5 ejemplos de contenido con justificación estratégica.