

Ficha Práctica 4 – Presentación Final de la Landing Page

Contexto institucional

Diplomado: Comunicación Digital y Estrategia Multimedia

Módulo II: Creación de Contenidos Digitales para Redes Sociales y Sitios Web

Unidad de Aprendizaje 2: Diseño y construcción de la landing page

Actividad: Ficha Práctica 4 – Presentación Final de la Landing Page

Modalidad: Grupal

Entrega:  29 de octubre de 2025

Lugar de entrega: Carpeta de evidencias grupal (documento + enlace al sitio)

Docente: Mgr. Dallin Paredes Noriega

Propósito de la actividad

Socializar y evaluar de forma integral la landing page funcional desarrollada por cada grupo, exponiendo las decisiones de diseño, copywriting, estructura y UX que respaldan la coherencia comunicacional de la marca. El grupo deberá explicar cómo su propuesta final refleja los objetivos estratégicos y la experiencia del usuario.

Datos del grupo

Integrantes	Rol (Líder de Producto, UX & SEO, Copywriter, Diseñador, Armador)	Correo electrónico

Parte A – Descripción general del proyecto

 **Objetivo:** Contextualizar la propuesta y justificar la estructura comunicacional y visual de la landing.

1 Presentación de la marca

Nombre, propósito y público objetivo.

 Respuesta:

2 Propósito comunicacional de la landing page

Explica el objetivo principal del sitio (inscripción, promoción, captación, posicionamiento).

 Respuesta:

3 Mensaje principal y CTA

Indica el texto central que guía al usuario y el llamado a la acción principal.

 Respuesta:

Parte B – Diseño visual y experiencia de usuario

 **Objetivo:** Mostrar y argumentar las decisiones estéticas y funcionales del sitio.

1 Arquitectura y flujo del usuario

Describe las secciones principales (Hero, Beneficios, Testimonios, Contacto, etc.) y su recorrido lógico.

 **Respuesta o inserta esquema o imagen:**

2 Estilo visual y coherencia con la marca

Explica cómo la paleta de colores, tipografía e imágenes refuerzan la identidad visual.

 **Respuesta:**

3 Usabilidad y adaptabilidad

Indica cómo garantizaron una navegación intuitiva y funcional desde distintos dispositivos.

 **Respuesta:**

Parte C – Copywriting y narrativa visual

 **Objetivo:** Analizar la relación entre el discurso, los textos y la estrategia persuasiva.

1 Tono y estilo comunicativo

Define el tono principal (profesional, inspirador, educativo, etc.) y su aplicación en el texto.

 **Respuesta:**

2 Estrategia de copywriting

Muestra ejemplos de textos clave (botones, encabezados, descripciones, testimonios) y su propósito.

 **Respuesta o inserta fragmentos:**

3 Coherencia narrativa

Explica cómo la historia o narrativa del sitio refleja la esencia de la marca.

 **Respuesta:**

Parte D – Evaluación y reflexión grupal

 **Objetivo:** Reflexionar sobre el proceso, resultados y aprendizajes del equipo.

1 Evaluación del producto final

Identifica fortalezas y aspectos a mejorar del diseño, contenido y experiencia.

 **Respuesta:**

2 Resultados o métricas iniciales (si aplica)

Indica si pudieron medir clics, visitas o interacciones durante la prueba.

 **Respuesta:**

3 Aprendizajes del equipo

Menciona los principales aprendizajes técnicos, comunicacionales y de trabajo colaborativo.

 **Respuesta:**

✓ Autoevaluación del grupo

Criterio	Cumplido (✓)	Comentario
La landing refleja la identidad y propósito de la marca.		
La estructura es clara y navegable.		
Los textos son coherentes y persuasivos.		
El diseño es visualmente atractivo y funcional.		
El CTA orienta efectivamente la acción del usuario.		

Instrucciones de entrega

-  Subir la ficha completa (Word o PDF) junto al enlace de la landing page publicada.
-  Incluir el enlace o archivo de la presentación grupal utilizada durante la exposición.
-  Nombre del archivo: GrupoX_Presentacion_LandingPage.pdf
-  Fecha límite: 29 de octubre de 2025 (23:59 h)
-  Lugar: Carpeta de evidencias grupal
-  Retroalimentación docente: 31 de octubre (comentarios y observaciones)