
Tipo de trayecto: módulo

1. DENOMINACIÓN:

Canva para emprendedores

2. DESTINATARIOS

Emprendedores, comerciantes, profesionales y trabajadores independientes que deseen desarrollar su identidad visual y gestionar su presencia digital de manera autónoma, estratégica y profesional, sin necesidad de contar con conocimientos previos en diseño o comunicación visual.

Estudiantes y empleados de diversas disciplinas que busquen incorporar herramientas de diseño digital para potenciar su marca personal o proyectos en curso, adquiriendo criterio visual y competencias orientadas a resultados concretos de comunicación.

Público en general interesado en comprender el funcionamiento de la comunicación visual y las posibilidades que ofrece el diseño estratégico para la creación de contenido de alto impacto en entornos digitales y físicos.

3. REQUISITOS DE INGRESO

- No se requieren conocimientos previos en diseño, comunicación ni en el uso de Canva.
- Se solicita manejo básico de herramientas informáticas, incluyendo el uso de computadora, navegación en internet y acceso a plataformas digitales.

4. OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

- Comprender los fundamentos de la comunicación visual y la gestión de identidad de marca.
- Diseñar piezas que guíen la atención del usuario hacia objetivos de comunicación claros y efectivos.
- Gestionar la identidad digital unificando tipografías, paletas de color y recursos gráficos mediante la configuración del Brand Kit en Canva.
- Desarrollar piezas audiovisuales de alto impacto.

- Planificar y organizar estrategias de contenido mediante calendarios semanales.
- Integrar herramientas de Inteligencia Artificial generativa disponibles en Canva.

5. COMPETENCIAS

Diseña y gestiona la identidad visual de emprendimientos y proyectos personales mediante el uso estratégico de Canva, integrando criterios de composición, narrativa audiovisual y planificación de contenidos para la producción de piezas digitales y físicas de calidad profesional.

6. JUSTIFICACIÓN

En el contexto de la economía digital, la identidad visual de un emprendimiento o proyecto personal se ha convertido en un factor determinante de competitividad. La proliferación de plataformas digitales y redes sociales exige que comerciantes, profesionales y emprendedores sean capaces de producir contenido visual coherente, estratégico y de alta calidad, independientemente de si cuentan con formación en diseño. Como señala Robin Williams (2015), los principios fundamentales del diseño —contraste, repetición, alineación y proximidad— son accesibles a cualquier persona que esté dispuesta a desarrollar un criterio visual consciente, y su aplicación transforma radicalmente la percepción de una marca.

Sin embargo, la principal problemática que enfrentan los emprendedores y comerciantes de la región es la invisibilidad digital: la falta de coherencia visual en sus comunicaciones, la incapacidad de preparar materiales para impresión con especificaciones técnicas correctas y el desconocimiento de estrategias narrativas para la producción de contenido audiovisual corto. Donald Norman (2022) sostiene que el diseño efectivo no es solo una cuestión estética, sino una herramienta que influye directamente en la toma de decisiones del usuario. En este sentido, un criterio visual sólido constituye una ventaja competitiva real y cuantificable en términos de conversión y posicionamiento de marca.

Este trayecto se fundamenta en la necesidad de transferir ese criterio visual y estratégico de manera accesible y práctica. A diferencia de otras propuestas que se limitan a la enseñanza técnica de la interfaz de Canva, este módulo integra conceptos avanzados de composición, narrativa audiovisual, producción para impresión y planificación de contenidos, dictados desde la perspectiva de un Creative Lead con experiencia en Motion Design. De este modo, se construye una oferta formativa que brinda autonomía real a los participantes para gestionar su propia identidad visual con estándares profesionales, respondiendo a una demanda concreta del ecosistema emprendedor local.

7. Pertinencia de su dictado en Campus Norte:

La pertinencia de este trayecto en Campus Norte radica en la creciente necesidad de profesionalización de la identidad visual en los sectores productivos, comerciales y emprendedores de la región. Campus Norte, como centro de innovación educativa y experimental de la UNC, se posiciona como el espacio ideal para democratizar el acceso a conocimientos estratégicos de diseño y

comunicación visual, herramientas que suelen estar reservadas a grandes agencias y que, al dictarse en este marco institucional, se ponen al alcance de la comunidad local con respaldo académico y calidad garantizada.

Este trayecto se enmarca en el convenio específico de cooperación académica y asistencia técnica entre la universidad Nacional de Córdoba - Prorrectorado de Desarrollo Territorial – Campus Norte, la Municipalidad de la Falda y la Asociación Civil Apu Kuntur (RR-2026-722-UNC-REC), acuerdo que expresa el compromiso conjunto de ambas instituciones por articular saberes técnicos y académicos con las demandas concretas del entorno productivo y emprendedor. Esta alianza institucional otorga jerarquía a la formación ofrecida, garantiza su pertinencia territorial y fortalece el ecosistema de innovación local, consolidando a Campus Norte como referente en la capacitación tecnológica y creativa de la región.

Asimismo, este módulo se integra de manera coherente a la propuesta formativa de Campus Norte, complementando trayectos de comunicación digital, marketing y alfabetización tecnológica. En un escenario donde la visibilidad digital condiciona la viabilidad de cualquier emprendimiento, formar perfiles capaces de gestionar su identidad visual con criterio profesional y herramientas accesibles constituye una respuesta directa a una vacancia en la oferta formativa técnica de la región y un aporte concreto al desarrollo local.

8. Estructura

La propuesta académica consta de 50 horas totales, distribuidas en ocho unidades con metodología presencial teórico-práctica. Cada unidad tiene una carga lectiva de 4 horas, complementadas con instancias de trabajo autónomo domiciliario para la resolución de desafíos prácticos y la producción de entregas parciales.

Cada encuentro presencial integra una instancia de desarrollo conceptual con una aplicación práctica directa, en la que los participantes trabajan con herramientas de diseño reales sobre situaciones concretas de sus propios proyectos o emprendimientos.

9. Contenidos mínimos de cada unidad:

Unidad 1: Identidad Visual y el ADN de la Marca

- Fundamentos de comunicación visual y gestión de identidad para emprendimientos.
- Psicología del color: aplicación estratégica de paletas cromáticas según el rubro.
- Tipografía: selección y jerarquía de fuentes para legibilidad y tono de voz.
- Brand Kit en Canva: configuración de logotipos, colores y estilos permanentes.

Unidad 2: Composición Pro y el Camino del Ojo

- Jerarquía visual: organización de elementos para priorizar la lectura del usuario.
- Leyes de simetría: aplicación de equilibrio axial, radial y simetría oculta.

- Espacio en blanco: el valor estratégico del vacío para evitar la saturación visual.
- Call to Action (CTA): diseño de elementos que guíen al usuario hacia la conversión.

Unidad 3: Diseño para el Mundo Físico (Imprenta)

- Modos de color: diferencias técnicas y aplicaciones de RGB vs. CMYK.
- Resolución y calidad: conceptos de DPI y nitidez para evitar piezas pixeladas.
- Seguridad de impresión: configuración de márgenes, sangrado (bleed) y guías de corte.
- Formatos físicos: creación de archivos listos para imprenta (flyers, gift cards, folletos).

Unidad 4: Gestión de Recursos y Creatividad Externa

- Bancos de imágenes: integración de fotografía profesional desde Unsplash y Pexels.
- Iconografía e ilustración: uso de recursos vectoriales externos como Flaticon y Storyset.
- Organización de archivos: importación eficiente y orden mediante carpetas y nombres estratégicos.
- Criterio de curaduría: selección de recursos coherentes con la estética de marca.

Unidad 5: Narrativa Audiovisual y Video Corto

- Estructura de video: el gancho, desarrollo y cierre en formatos de 15 segundos.
- Edición en Canva: animación de capas, transiciones y recortes de clips.
- Sincronización de audio: incorporación de música y efectos de sonido con ritmo visual.
- Formatos 9:16: optimización narrativa para Reels, Tik Tok e Historias.

Unidad 6: Inteligencia Artificial Generativa

- IA generativa en Canva: herramientas para creación de imágenes y expansión de fondos.
- Asistencia en texto: generación de copys y títulos creativos con apoyo de IA.
- Optimización de flujo: automatización de tareas repetitivas mediante herramientas inteligentes.
- Contenido interactivo: implementación de encuestas y stickers dinámicos para captar datos.

Unidad 7: Planificación y Estrategia de Contenidos

- Calendario quincenal: metodología para organizar publicaciones con 15 días de antelación.
- User Acquisition (UA): diseño basado en objetivos de métricas y crecimiento.
- Batching: técnica de producción en bloque para optimizar el tiempo creativo.

- Coherencia en el feed: planificación visual para mantener un estilo armónico sostenido.

Unidad 8: Taller de Integración y Proyecto Final

- Campaña 360°: desarrollo de un ecosistema que integra piezas digitales, impresas y video.
- Portfolio review: presentación de trabajos con feedback basado en estándares de agencia.
- Análisis crítico: evaluación de la efectividad comunicacional de las piezas creadas.
- Cierre y acreditación: validación de competencias adquiridas durante el trayecto.

Modalidad de cursado:

Este trayecto se desarrolla en modalidad presencial, con una dinámica teórico-práctica que integra el desarrollo de contenidos conceptuales con la aplicación directa en cada encuentro. Cada clase combina una primera instancia de presentación y explicación de los contenidos con un espacio de trabajo práctico en el que los participantes aplican las herramientas y estrategias de diseño abordadas sobre sus propios proyectos, garantizando un aprendizaje situado y de aplicación inmediata.

Se priorizará en todo momento una metodología activa y experiencial, basada en la resolución de situaciones reales del mundo del diseño y la comunicación visual, el uso de herramientas actualizadas y el desarrollo progresivo del proyecto integrador que cada participante presentará al finalizar el cursado.

10. Cronograma de dictado y Carga horaria total expresada en horas y créditos

Temas	Carga horaria (h)	
	Lectiva	Trabajo autónomo
Unidad 1: Identidad Visual y el ADN de la Marca	4	2
Unidad 2: Composición Pro y el Camino del Ojo	4	2
Unidad 3: Diseño para el Mundo Físico (Imprenta)	4	2

Unidad 4: Gestión de Recursos y Creatividad Externa	4	2
Unidad 5: Narrativa Audiovisual y Video Corto	4	2
Unidad 6: Inteligencia Artificial Generativa	4	2
Unidad 7: Planificación y Estrategia de Contenidos	4	2
Unidad 8: Taller de Integración y Proyecto Final	4	4
Total	32	18
Carga Horaria Total: (el trayecto presentado debe tener una carga mínima horaria de 25 hs.)	50	
Total de Créditos Académicos (a completar por campus norte)	2	

11. Nómina de equipo directivo y de docentes (En el caso de diplomaturas se requiere un coordinador que deberá ser **docente activo de la UNC**).

Coordinador Regional

Nombre y apellido: Walter Andrés Bove

DNI: 23044446

correo electrónico institucional walter.bove@citlafalda.gob.ar

Teléfono de contacto: 1131213222

Cargo en la UNC, Unidad académica (para el caso de diplomaturas):

Nombre/s	Apellido/s	Nº de DNI	Email	Teléfono	Temas que dicta en la propuesta
Juan Miguel	Franco	27934610	juanmiguelisim	+54911621583	todos

			o@gmail.com	83	
--	--	--	-------------	----	--

12. Modalidades de evaluación (parcial y final)

A lo largo del cursado se dispondrán instancias evaluativas de proceso correspondientes a cada unidad, mediante la resolución de micro-desafíos prácticos que los participantes deberán completar. Estas entregas parciales validan competencias específicas: la construcción del kit de marca, la producción de una pieza editorial con especificaciones técnicas para impresión, la edición de una narrativa audiovisual de 15 segundos y la presentación de un calendario de contenidos semanal. Cada entrega recibirá una devolución cualitativa basada en criterios de diseño avanzado y comunicación estratégica.

Para dar cierre al trayecto se propone una evaluación integradora desde la perspectiva del aprendizaje basado en proyectos, en la que cada participante deberá desarrollar una campaña 360° que unifique todos los conocimientos incorporados durante el cursado. El proyecto consistirá en la producción de un ecosistema de marca real que incluya piezas para redes sociales, un video corto y un archivo listo para imprenta, demostrando coherencia visual, dominio técnico y criterio estratégico. Se contempla una instancia de recuperación para quienes no alcancen los criterios de aprobación en la instancia regular.

13. Requisitos de aprobación

Para aprobar el trayecto los participantes deberán:

- Completar y aprobar las cuatro entregas parciales obligatorias dispuestas durante el cursado, que validan las competencias específicas de cada eje temático.
- Presentar y aprobar el proyecto final integrador, demostrando dominio de los contenidos trabajados y capacidad de producción autónoma con estándares de calidad profesional.

Los indicadores de valoración de las evaluaciones de proceso y final serán Aprobado/Desaprobado, correspondiendo la aprobación al logro del 70% de los objetivos de aprendizaje.

14. Bibliografía:

Ambrose, G., & Harris, P. (2019). Fundamentos del Diseño Gráfico. Promopress.

Baer, K. (2021). Diseño de marcas: Guía para creadores y estrategias. Gustavo Gili.

Canva. (2026). Guía de diseño para redes sociales y contenido visual. Canva Design School.

Duarte, N. (2010). Resonancia: Cómo presentar historias visuales que transformen a la audiencia. Wiley.

Franco, J. M. (2026). Manual de producción audiovisual y narrativa corta para emprendedores. Centro de Innovación Tecnológica (CIT).

Lupton, E. (2020). Diseño como alfabetización visual: Tipografía y composición. GG.

Norman, D. A. (2022). El diseño de las cosas cotidianas: Cómo el diseño influye en la toma de decisiones. Paidós.

Williams, R. (2015). Diseño para no diseñadores: Principios básicos de diseño y tipografía. Peachpit Press.

15. Cupo

Para el dictado de este trayecto garantizando su viabilidad y una óptima dinámica de trabajo, el cupo máximo es de 20 participantes.

Recursos y habilidades necesarias para el cursado, en virtud de las modalidades definidas.

Para el cursado de este trayecto, se requiere que cada participante posea habilidades digitales básicas y acceso a conectividad estable. Asimismo, deberá disponer de equipamiento tecnológico —computadora, tablet o teléfono inteligente— y una dirección de correo electrónico activa para la gestión administrativa y académica. Se recomienda crear una cuenta en Canva (versión gratuita o Pro) previamente al inicio del cursado, conforme a las indicaciones que proveerá el docente a cargo.

MODELO DE CERTIFICADO

El Campus Norte de la Universidad Nacional de Córdoba

Certifica que (APELLIDO Y NOMBRE COMPLETO)

DNI xxxxxxxxxx

ha finalizado el MÓDULO

“Canva para emprendedores”

aprobado por Resolución ...XXXX., con una carga horaria de 50 (cincuenta) horas reloj,
equivalente a 2 créditos académicos.

Por tal motivo se certifica el logro de los objetivos de aprendizaje que favorecen el
desarrollo de la/s siguiente/s competencia/s:

Diseña y gestiona la identidad visual de emprendimientos y proyectos personales mediante el uso estratégico de Canva, integrando criterios de composición, narrativa audiovisual y planificación de contenidos para la producción de piezas digitales y físicas de calidad profesional.

Córdoba, ... de de 2026

Firma Directora Académica

Firma Prorector