



Taller de Marketing Digital

Descripción del taller

En este curso podrás incorporar las herramientas concretas para crear tu ecosistema digital exitoso. Aprenderás a gestionar redes sociales, producir contenido de valor para tus plataformas digitales y desarrollar estrategias efectivas. Daremos los pasos iniciales en el camino de la publicidad digital y el análisis de las estadísticas de las distintas plataformas que aprenderás a usar.

Fundamentación

La comunicación digital es un desafío para los actuales profesionales del rubro. Principalmente porque el entorno cambia rápida y vertiginosamente. El 2020 y la pandemia generada por la Covid-19 fueron el claro ejemplo del protagonismo que los dispositivos, las pantallas y sus usos y tipos de consumo. Cada acción que llevamos adelante tiene una vida útil cada vez más efímera. Esto nos lleva a creer que muchas veces con “buena intuición” es suficiente para tener buen contenido digital e incluso poder “vender online”.

El desarrollo de contenido de calidad, que aporte valor a la comunidad, es el elemento de distinción de las estrategias digitales. El mundo de las plataformas nos pone frente a la tentación de jugar la pulseada por los “me gusta” o cuantificar nuestro éxito según la cantidad de seguidores y no los índices de facturación o ventas de nuestra propuesta. El marketing digital es un conjunto de herramientas que permiten conectar las estrategias de comercialización con las de comunicación, y en este caso, en particular con las digitales.

Este es el gran cambio de paradigma del mundo digital: hemos pasado de una web de dos puntos a una multidireccional. Cada punto de conexión de esta red es, como actualmente se le denomina, un prosumidor. Cada usuario es productor y consumidor de contenido al mismo tiempo. En ese universo múltiple y disperso, nuestro esfuerzo tiene que estar puesto en conocer a nuestros públicos con la mayor precisión posible.



Destinatarios

Pueden participar de esta propuesta de formación profesionales o estudiantes de comunicación o rubros afines que pretendan incorporar, actualizar o integrar las herramientas de comunicación y marketing digital a su actual desarrollo profesional. También pueden participar quienes llevan adelante emprendimientos de productos y servicios, pudiendo diseñar su propia estrategia de comunicación digital. También pueden sumarse personas que desarrollen tareas de comunicación institucional, gubernamental o asociativa, en el marco de plataformas digitales.

Metodología

Este curso tiene como metodología el aprendizaje basado en casos reales y en tiempo real. Las clases sincrónicas serán instancias de trabajo, con las herramientas concretas que se irán incorporando en complejidad creciente. Las clases a desarrollar en el aula virtual serán de contenido teórico, reflexivo y analítico, basado en casos reales. Además, incluirán actividades prácticas obligatorias que certificarán el cumplimiento de los requisitos para aprobar el curso.

Requisitos de aprobación

Asistencia al 75% de las clases sincrónicas
Entrega en tiempo y forma de actividades en el aula virtual.
Entrega en tiempo y forma del Trabajo Final Integrador.

Cronograma / programa

Módulo 1

Introducción al mundo digital
Ecosistema digital
Comunicación 3.0

Módulo 2

Posicionamiento en motores de búsqueda: el algoritmo de Google
Comunicar en redes sociales
Mundo Zuckerberg: Facebook, Instagram y WhatsApp
Tendencias en redes sociales

Módulo 3

Publicidad digital: nunca tocar el botón azul de promocionar.
Analíticas: uso de la información estadística para corregir estrategias.
Elaboración de informes: cómo comunicar el rendimiento de nuestros indicadores de éxito.

Módulo 4

Planificación de la comunicación digital.
Producción de contenidos digitales: copywriting y creatividad para crear contenido.
Storytelling: Contamos historias para conectar con nuestros públicos.