

Comunicaciones digitales

Prof. Darío Laufer

En las últimas dos décadas se produjo un enorme salto tecnológico que modificó la forma con la cual nos relacionamos con los medios de comunicación. Este cambio cultural es concordante con un número creciente de personas, y plataformas de emisión de contenidos de alcance global.

En este curso se trabajará sobre los temas más importantes que hacen a la comunicación digital, tratando de comprender las áreas más relevantes como la creatividad digital, la producción de contenidos, la relevancia de la tecnología en las organizaciones y empresas, el planeamiento estratégico y los procesos de trabajo del ámbito digital.

Desde el punto de vista académico, haremos un recorrido desde los inicios de las comunicaciones hasta los formatos y desarrollos actuales, con el fin de comprender cuáles son los mejores caminos para realizar acciones online.

Objetivo

Este curso tiene por objetivo formar en la producción de comunicaciones digitales, mediante la teoría y la práctica de estas comunicaciones. Abordaremos proyectos creativos que nos permitan trabajar sobre las necesidades de empresas y organizaciones, con el fin de crear campañas digitales integrales, que permitan experimentar todo el proceso de trabajo que se da en una agencia digital y en las áreas de comunicación y publicidad de empresas y organizaciones.

Clase 1: Introducción a la creatividad digital

Qué pasa en el mundo digital. Acciones que fueron premiadas en los últimos años. Status del nuevo consumidor. Qué es una experiencia digital. Cómo se integra la creatividad online y offline. E-Mail MKT. Banners. Historia de los formatos en la era digital. Cómo se realiza el planeamiento estratégico en el mundo digital. Cómo se elabora un insight.

Clase 2: Formatos y plataformas

De qué forma las marcas pueden hacer contacto con sus públicos. Implementación de Banners, E-mail MKT, acciones que buscan la viralidad. Qué es un meme. Cuando las marcas pueden incorporarse a la conversación. Ventajas y desventajas de hacer una campaña desde un hot site vs hacerla desde una red social. Cómo seleccionar perfiles digitales. Inclusión de las áreas de la organización en el mundo digital. Cómo es la producción digital. Perfiles que hay que tener en cuenta. Cómo se organiza el trabajo. Duplas versus tríos creativos (redactor, diseñador web, programador). El rol del ejecutivo de cuentas digital. Rol del Project manager. Qué es la metodología GANTT. Curso de Analytics y reporting web. Ciclo de una campaña digital. Recepción de Brief o Research/Insight del consumidor. Armado de Estrategia y plan creativo. Producción, Testeo y Lanzamiento. Gestión orientada a resultados. Feedback de usuarios. Manual de precrisis y los criterios de moderación, etc.

Clase 3: Coordinación del trabajo digital

Cómo se realiza el planeamiento estratégico en el mundo digital. Cómo se elabora un insight. Cómo es el trabajo del ejecutivo de cuentas digital. Conocimientos que debe tener. Cómo interactuar con las áreas Creativas, Contenidos y Tecnología. Expertise en el mundo digital. Cotización de acciones. Cómo es el trabajo del ejecutivo de cuentas digital. Conocimientos que debe tener. Cómo interactuar con las áreas Creativas, Contenidos y Tecnología.

Clase 4: Contenidos

Cómo producir contenidos. Cuándo los contenidos son relevantes. Casos de éxito de contenidos y marcas. Qué es una comunidad. Cómo se gestiona. El trabajo de community manager. Competencias y conocimientos. Cronograma de trabajo. Entendiendo Google Analytics y FB Analytics para mejorar el rendimiento de las estrategias de contenidos. Medición de reputación online. Cómo se generan los rumores. Plan de trabajo y metodología de producción. Cómo se establece el sistema de moderación. Problemáticas actuales del sector. Status legal de los trabajadores de las comunicaciones digitales. Periodistas, productores de contenidos para marcas, organizaciones y empresas. Status legal del gestor de redes sociales.

Fechas y duración: 4 encuentros de 3 hs. cada uno: 11/5 – 18/5 – 1/6 y 8/6

Días y Lugar: Sábados de 10 a 13 hs. Sede Constitución (Santiago del Estero 1029 - CABA)

Inicio: Sábado 11 de mayo de 2013

Dirigido a estudiantes avanzados y graduados. Si se supera el cupo previsto de 30 inscriptos, se privilegiará en la selección de los cursantes, a estudiantes avanzados y graduados de la orientación de publicidad.