

1. Nombre completo del seminario: **Cómo conseguir clicks. Creación de contenidos digitales eficientes.**

2. Diseñé este seminario a partir de las necesidades de aprendizaje de contenidos técnicos de comunicación digital que manifiestan los estudiantes. Lo dicté en varias ocasiones, en todas ellas con un altísimo número de inscriptos. Además, en todas sus ediciones, la gran mayoría de los estudiantes que lo cursaron aprobaron por promoción directa.

Los trabajos prácticos que se realizan en este seminario permiten que los estudiantes articulen contenidos de materias teóricas (Semiótica, Antropología, Comunicación II y III) y contenidos técnicos (Taller I, II y III) para construir producciones pensadas para plataformas digitales.

3- Modalidad de la asignatura: **Seminario**

4- Carga horaria semanal: **4hs**

5- Carga horaria total: **62hs**

6- Metodología de enseñanza: **Clases teórico-prácticas**

7. Cuatrimestre de dictado: **2do de 2022**

8. Objetivos generales y Objetivos específicos

- Brindar a los alumnos herramientas y técnicas de creación de contenidos digitales /interactivos.
- Ofrecer un espacio de entrenamiento donde se vincule la teoría con la práctica.
- Que los alumnos puedan utilizar el material producido en el seminario como punto de partida de su tesina de producción.

9. Contenidos desglosados por unidades o módulos

Unidad 1 - Conceptos fundacionales

- Posicionamiento / línea editorial.
- Construcción de nombre o marca.
- Arquitectura de la información.
- Experiencia de usuario (UX).
- Plan de contenidos.
- Caja de herramientas.

Unidad 2 - Técnicas de creación de contenidos según género, estilo y soporte

- Posts para redes sociales (variaciones según red).
- Posts para blogs.
- Video online / animaciones.
- E-mail marketing (variaciones según género).
- Contenidos de atención al consumidor/ciudadano.
- Webinars u otros contenidos didácticos.
- Contenidos interactivos (encuestas, journeys, tests).
- Gamification.
- Optimización de contenidos (SEO).
- Contenidos para buscadores (SEM).

Unidad 3 - Trabajo de campo

Desarrollo de una producción digital con entregas parciales sucesivas:

- Presentación del proyecto (inscripción en un género).
- Investigación y abordaje.
- Selección de la tecnología a utilizar.
- Construcción del plan de trabajo.
- Avances de producción (borrador / material en crudo).
- Entrega final.

10. Bibliografía general y específica dentro de cada unidad

Buzan, Tony: Tu mente en forma. Urano. Barcelona, 2004

Cameron, Julia: El camino del artista. Troquel, 2012.

Kaushik, Avinash: Web Analytics. An hour a day. Wiley Publishing. Indianápolis, 2007.

McGovern, Gerry and Norton, Rob: Content critical. Gaining Competitive Advantage Through High Quality Web Content. Pearson Education. Great Britain, 2002.

Rosenfeld, Louis; Morville, Peter and Arago, Jorge: Information Architecture. For the web and beyond. O'Reilly Media Inc, Sebastopol, 2015.

Seddon, Tony y Waterhouse, Jane: Diseño gráfico para no diseñadores. Océano, Barcelona, 2010.

Steimberg, Oscar: Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares. Atuel, 1993.

11. Régimen de evaluación y promoción:

Requisitos de regularidad: 75% de asistencia, aprobar el 75% de los trabajos prácticos y aprobar el trabajo final (grupal).

Modalidad de evaluación: Trabajos prácticos a partir de una consigna (en clase y en el campo).

Desarrollo de una producción digital (grupal).

12. Modalidad de aprobación: **Promocionable**

13. Docente a cargo y equipo docente. Funciones de cada integrante informando nombre, apellido y DNI de cada uno. Los seminarios pueden estar dictados por un docente a cargo y hasta dos docentes ad honorem como equipo

Docente a cargo: Victoria Ponferrada, DNI 21833524

Ayudante: Nayla Macarena Madia, DNI 33174757