

Comunicación Digital

Herramientas y procesos

A través del siguiente Proyecto se presenta el **Curso de “Comunicación Digital: herramientas y procesos”** que abordará cómo se resuelve una estrategia de comunicación para redes sociales desde un medio de noticias, una empresa, una institución o un producto, brindando ideas y desarrollando conceptos básicos para el abordaje integral de la temática.

Destinatarios/as

- > Estudiantes de carreras afines a Comunicación, Periodismo, Marketing, Relaciones Públicas, Producción, Televisión, Arte, entre otras.
- > Profesionales.
- > Emprendedores.
- > PyMES.

Requisitos de ingreso

El presente curso no tiene requisitos previos.

Justificación de la propuesta

Las redes sociales se han constituido hace varios años como un actor indiscutido para la comunicación en sus diferentes concepciones. Desde un plan estratégico para comunicara través de las herramientas disponibles hasta una forma de acercar una marca o productoo servicio al público, las redes sociales son un factor de importancia en todo trabajo de comunicación.

Las mismas se convirtieron en un canal necesario de interacción y difusión para cualquier actividad o rama que requiera llevar su propuesta a la web social, las redes no son un elemento más sino que son ejes centrales en el debate y canalización de la información.

En este marco, se hace necesario tener un conocimiento a nivel profesional, dejando de lado el modo usuario, que permita exponencialmente mejorar el uso de la herramienta.

Con este Curso de Comunicación Digital se brindarán y dotarán de capacidades y competencias a los participantes para un desarrollo más armonioso de las herramientas sociales. El mismo dotará de respuestas concretas a las necesidades diarias de comunicara través de las redes.

A la vez, el Curso busca comprender el fenómeno del Social Media Marketing y las habilidades a desarrollar por individuos y organizaciones para generar un impacto positivo en la comunicación efectiva. Sea un estudiante, un profesional o un dueño de pyme, conocer los principios básicos de la forma correcta de emitir un mensaje a través de las redes se hace imprescindible para la época.

Objetivos

- Conocimiento de las redes sociales disponibles
- Optimización de las redes sociales para las necesidades de cada perfil
- Uso de las herramientas para actualización de los perfiles sociales
- Conocer el contenido que permite potenciar las redes sociales
- Planificación del contenido de acuerdo a las redes sociales

- Conocimiento de la forma de escalar a través de publicidad las redes sociales

Duración, carga horaria y modalidad

El presente curso está planificado para realizarse en ocho encuentros de dos horas realizados de manera virtual mediante plataformas de videollamadas y actividades asincrónicas en el aula virtual Moodle de Sociales. La carga horaria total estimada es de 28h.reloj.

Metodología

Cada semana se planteará una temática de la Propuesta Didáctica donde se abordarán y explicarán los ítems mencionados, con ejemplos y la explicación del Docente, buscando una mirada analítica sobre la situación que pueda llevar al alumno/a a comprender mejor el panorama para el posterior uso de las redes de forma profesional.

Evaluación y acreditación

Cada semana habrá una actividad práctica para reforzar los contenidos vistos en la clase. Para acreditar la finalización del Curso se deberá haber realizado y aprobado las instancias prácticas propuestas por el Docente.

Propuesta didáctica

Programa y contenidos mínimos

MÓDULO 1: Introducción al Social Media

- > Redes sociales
- > Comunidades
- > Contenido de valor para cada red

- > Moderación de la comunidad
- > Formatos y herramientas de Publicación
- > Diseño de contenido y herramientas

MÓDULO 2: Facebook

- > Configuración de perfiles
- > Conocimiento del algoritmo
- > Creator Studio / Meta Business / Centro de Cuentas

MÓDULO 3: Instagram

- > Tipos de cuenta
- > Tipos de contenido
- > Estrategias
- > Algoritmo
- > Tienda
- > Creator Studio

MÓDULO 4: LinkedIn, Twitter

- > Configuración de perfiles
- > Uso de la red social
- > Estrategia de contenido

MÓDULO 5: WhatsApp Business + Newsletters

- > Configuraciones básicas
- > Herramientas

> Usos

MÓDULO 6: Podcasts + Herramientas de trabajo

> Configuraciones básicas

> Canva

> InShot

> Caja de soluciones

Bibliografía sugerida

* “La revolución horizontal, el poder de la comunicación en manos de la gente”, de Gonzalo Alonso y Alberto Arébalos. Ediciones B. Capítulo 2, 8, 9, 12 y 13.

* “El imperio digital”, de Leandro Zanoni. Ediciones B. Capítulo 1, 2, 3 y 5

* “La revolución de los blogs”, de José Luis Orihuela. Ediciones La Esfera de los Libros.

* “Periodismo digital: tendencias y apuestas desde América y Europa” | <http://www.fnpi.org/es/fnpi/periodismo-digital-tendencias-y-apuestas-desde-am%C3%A9rica-y-europa>

* “Innovadores en el Periodismo Latinoamericano”, de Teresa Mioli e Ismael Nafría (editores) | <https://knightcenter.utexas.edu/es/ebook/innovadores-en-el-periodismo-latinoamericano-es>

* “Herramientas Digitales Para Periodistas”, Sandra Crucianelli | <https://knightcenter.utexas.edu/books/HDPP.pdf>

* Podcast “Antes que Todo”, realizado por el Lic. José Di Bártolo, donde se ofrecen 13 capítulos sobre los inicios de Internet contando por los protagonistas de la época > <https://open.spotify.com/show/2unwVfu9qfLnVOiEON6gBH>

* Recomendaciones del docente José Di Bártolo en Pocket > <https://bit.ly/3Jah2pK>

