

Comunicación y Marketing en RED

Sindicato de Prensa Rosario

COOPARES | *Comunicación
Digital*

Propuesta

Se propone el dictado de un curso de capacitación en **Comunicación y Marketing en RED**, de un total de 16 (dieciséis) clases de 4 (cuatro) horas cada una. Las clases serán de carácter teórico-prácticas (modalidad taller) distribuidas en 1 día a la semana divididas en 2 hs en plataforma con modalidad sincrónica (presencial en plataforma) y 2 hs con modalidad asincrónica (consultas y actividades). El curso tendrá un total de 64 hs.

Plan de estudio

Objetivos

Como objetivos generales del curso proponemos:

- Brindar un panorama general sobre las lógicas imperantes en las nuevas formas de comunicación digital.
- Articular los recursos necesarios para poder diseñar e implementar contenidos y estrategias de comunicación digital.

Como objetivos específicos, que los alumnos durante su cursada puedan:

- Incorporar recursos para la creación, publicación, gestión y monitoreo de contenidos.
- Planificar campañas de anuncios para optimizar la oferta de servicios y/o productos y posicionarse en redes.
- Acceder a herramientas básicas de diseño visual y edición audiovisual, orientados a redes, para generar contenido de calidad.

Público objetivo

Integrantes de áreas de prensa y comunicación de: organizaciones civiles, sociales o públicas y empresas privadas.

Emprendedores interesados en manejar la comunicación y la publicidad online de su propio emprendimiento.

Requisitos

Conocimientos básicos de manejo de pc y un mínimo contacto como usuario de redes sociales (no excluyentes). Conexión a Internet y una PC o Notebook.

Perfil del egresado

Quien finalice el curso, podrá ser capaz de desarrollar e implementar estrategias integrales de comunicación en red tanto para emprendimientos, instituciones, ONGs o medios de comunicación. Asimismo contará con recursos para producir contenidos optimizados que se adapten a esas estrategias.

Modalidad de cursado

La modalidad de cursado será por medio de plataformas online. Las clases serán de carácter teórico-prácticas (modalidad taller) un día a la semana divididas durante 2 hs en plataforma con modalidad sincrónica (presencial en plataforma). Los encuentros se llevarán a cabo mediante Google Meet. A su vez, las clases se complementarán con un espacio común en un grupo de Facebook o Whatsapp (según convenga). El mismo es usado para realizar un seguimiento de las actividades, publicaciones de material y así también como un espacio para compartir recursos y favorecer intercambios y consultas entre los participantes del curso y los docentes. Bajo esta plataforma seleccionada, se utilizarán las 2 hs asincrónicas por semana.

Programa 2023

Módulo 1: Introducción a las redes

Duración: 3 clases (2 horas sincrónicas y 2 asincrónicas) Total horas: 12

- Social Media y Community Manager: funciones y diferencias.
- Estrategias para la creación de un Plan de social media: estrategias de contenido y de acción.
- Definición de comunidades objetivas.
- Creación de identidades en redes.
- Reconocimiento de cualidades y diferencias entre las diferentes redes.

Módulo 2: Redes Sociales y buenas prácticas

Duración: 7 clases (2 horas sincrónicas y 2 asincrónicas) Total horas: 28

- Facebook: arquitectura y ecosistema, Usuarios y Páginas, formatos, formas de realizar un post, aplicaciones, Monitoreo y Estadísticas. Casos exitosos y riesgos. Sorteos y encuestas.
- Instagram: Arquitectura. Perfiles personales y perfil empresarial. Estrategias de publicación y tips de redacción. Stories y transmisiones en vivo. Monitoreo y estadísticas. Vinculación con Facebook.
- Twitter: arquitectura y ecosistema. Redacción optimizada. la importancia del Hashtag. Aplicaciones externas. Monitoreo y estadísticas. Casos exitosos y riesgos.
- YouTube: cómo publicar, estrategias, casos de éxito, ejemplos, panel de control y estadísticas.
- Tik Tok: cómo realizar micro videos, edición, efectos, filtros, tendencias, arquitectura de la red.
- LinkedIn: modos de uso, funcionalidades y diferencias con otras redes sociales.
- WhatsApp Business: en qué se diferencia con el WhatsApp tradicional, formas de uso para marketing y comunicación empresarial/organizacional.

Módulo 3: Anuncios en redes

Duración: 3 clases (2 horas sincrónicas y 2 asincrónicas). Total horas: 12

- Objetivos de campaña: segmentación de públicos
- Diferentes formatos publicitarios.
- Fases TOFU, MOFU y BOFU
- Plataformas de gestión: Facebook Ads y Twitter Ads

- La vinculación: Facebook Pixel y Twitter pixel
- Introducción a Google Ads. Palabras claves, diferentes campañas (display, search, youtube)

Módulo 4: Contenido y branding

Duración: 1 clase (2 horas sincrónicas y 2 asincrónicas). Total horas: 4

- Copywriting. Qué es y la importancia de su implementación.
- Redacción SEO para contenidos.
- Cómo llevar adelante el branding de la marca. Voz, estilo y personalidad de marca.
- La voz de la industria y la voz del negocio.

Módulo 5: Gráfico y audiovisual

Duración: 2 clases (2 horas sincrónicas y 2 asincrónicas). Total horas: 8

- Pasos básicos de diseño y color.
- Exportado y plataformas.
- Aplicaciones para escritorio y para móvil.
- Conceptos básicos de formatos: relación de aspecto, resolución, fotogramas por segundo.
- Diferencias entre encuadre, plano y toma.
- Programas editores para celulares y para desktop.