

Propuesta de capacitación

Curso “Comunicación Digital”



Modalidad presencial o en línea

- A. Objetivo
- B. Plan de trabajo
- C. Propuesta formativa
- E. Inversión



A. Objetivo

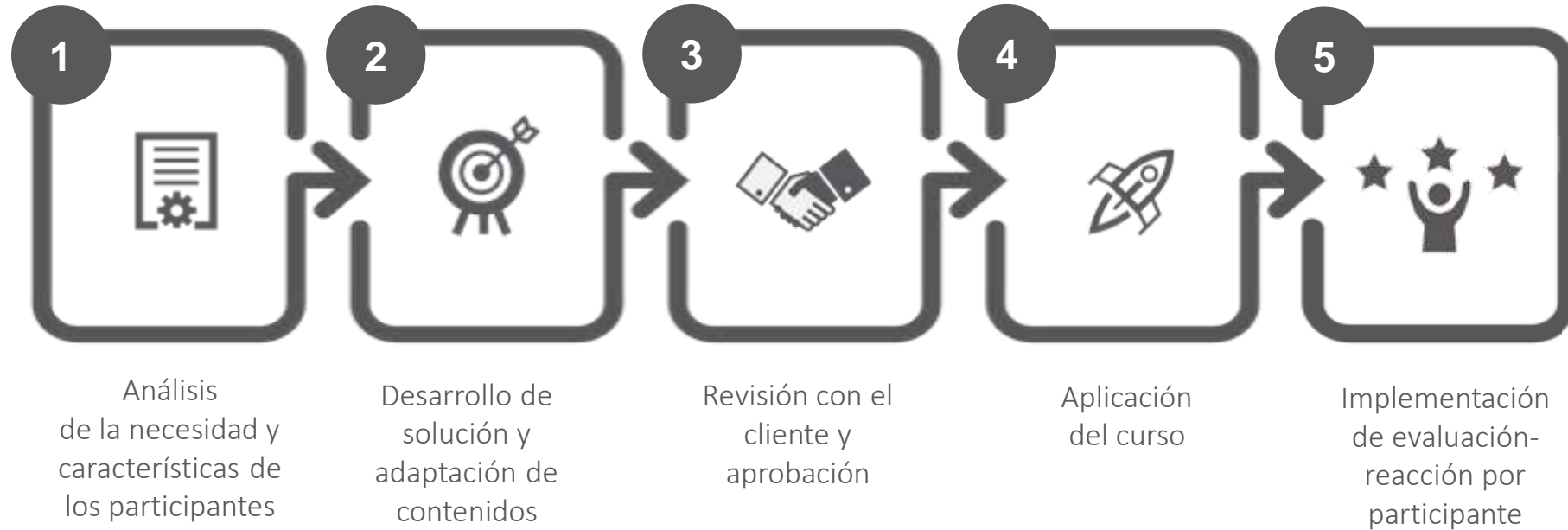


El objetivo del curso es conocer los elementos que componen una estrategia de comunicación digital y la manera de generar un plan integral de comunicación online para dar soporte al logro de las metas corporativas.

“La comunicación humana es la clave
del éxito personal y profesional”
Paul J. Meyer

B. Plan de trabajo





C. Propuesta formativa



1

Módulo 1:
Introducción
a la
comunicación
digital

2

Módulo 2:
Presencia de
marca en línea

3

Módulo 3:
Canales de
comunicación online

4

Módulo 4:
Desarrollo de una
estrategia de
comunicación
digital

5

Módulo 5:
Diseño de contenidos
en la comunicación
digital

6

Módulo 6:
Medición de
efectividad de la
comunicación online

Módulo 1:

“Introducción a la comunicación digital”

Objetivo del módulo:

Conocer qué es la comunicación digital y cuál es su impacto en el posicionamiento de marca al interior y el exterior de las organizaciones.

Contenido temático:

- 1 Qué es la comunicación digital.
- 2 La generación de la era digital.
- 3 Evolución de la comunicación y presencia de marca en internet.
- 4 Beneficios de la comunicación online.
- 5 Impacto de una comunicación deficiente en medios digitales.
- 6 Comunicación digital hacia el exterior y el interior de la organización.

Módulo 2:

“Presencia de marca en línea”

Objetivo del módulo:

Aprender sobre la importancia de utilizar la comunicación digital como vehículo de posicionamiento y presencia de marca en la era del internet.

Contenido temático:

- 1 Diferencias entre presencia de marca tradicional y presencia de marca online.
- 2 La comunicación en redes sociales.
- 3 Adaptación del branding a la comunicación digital.
- 4 Uso del storytelling como mecanismo de comunicación online.
- 5 La mercadotecnia móvil en la presencia de marca.

Módulo 3:

“Canales de comunicación online”

Objetivo del módulo:

Conocer cuáles son los principales canales de comunicación digital, sus características y beneficios.

Contenido temático:

- 1 Web 2.0
- 2 SEO y SEM.
- 3 Redes sociales corporativas.
- 4 Blogs y foros de discusión.
- 5 Afiliación.
- 6 Email marketing & communications.
- 7 Materiales audiovisuales.
- 8 Podcasts y webinars.
- 9 Medios de retroalimentación.

Módulo 4:

“Desarrollo de una estrategia de comunicación digital”

Objetivo del módulo:

Proporcionar los conocimientos para el establecimiento e implementación de una estrategia de comunicación digital efectiva.

Contenido temático:

- 1 Análisis del entorno y la audiencia.
- 2 Definición de objetivos externos/internos.
- 3 Selección de medios.
- 4 Establecimiento del plan de acción.

Módulo 5:

“Diseño de contenidos en la comunicación digital”

Objetivo del módulo:

Aprender las técnicas y herramientas para el desarrollo de contenidos digitales orientados al logro de los objetivos esperados.

Contenido temático:

- 1 Desarrollo de un workflow de contenidos.
- 2 Generación de ideas y mensajes clave.
- 3 Alineación de mensajes al perfil de la audiencia.
- 4 Redacción de contenidos digitales.
- 5 Herramientas de edición de fotografía y video.
- 6 Creación de GIFs.
- 7 Herramientas de programación de contenidos.

Módulo 6:

“Medición de efectividad de la comunicación online”

Objetivo del módulo:

Conocer los mecanismos disponibles para la medición continua de la efectividad de la estrategia de comunicación digital.

Contenido temático:

- 1 Indicadores de medición en línea.
- 2 Indicadores de medición en redes sociales.
- 3 Impacto de la comunicación digital en los indicadores corporativos.
- 4 Implementación y seguimiento a medios de retroalimentación y opinión.

E. Inversión





Curso “Comunicación digital”:

Costo por participante: \$8,000

Incluye:

- Programa de 20 horas.
- Cuaderno de trabajo/contenidos.
- Certificado de finalización

Requerimientos:

- Entrega de manual de identidad corporativa y elementos gráficos a utilizar: logotipo del cliente, paleta de color, templates corporativos.
- Sala para la sesión (presencial) o disponibilidad de red de internet estable para cada participante (en línea).

- Los costos de la presente cotización no incluyen el 16% de I.V.A.
- Forma de pago: 50% al inicio del proyecto, 50% restante al finalizar el proyecto.
- No incluye renta de salones, sistemas de audio y video, proyectores, alimentos ni bebidas.



Damos estructura a tus ideas



daniela.paradela@aliadoscreativos.com.mx

55 8532 8234