

Comunicación Digital de Contenidos: Estrategias y Publicidad en Mercadeo Digital

Economía, Administración & Contaduría | Mercadeo | para estudiantes universitarios | 16 semanas

Descripción del Curso

El curso "Comunicación Digital de Contenidos" está diseñado para que los estudiantes universitarios del área de Economía, Administración y Contaduría comprendan la importancia estratégica de la comunicación digital en el contexto del mercadeo moderno. A lo largo de 16 semanas, se explorará la relación entre la creación y gestión de contenidos digitales y la publicidad digital, destacando su impacto en la construcción de marcas, la captación de audiencias y el logro de objetivos comerciales.

Este curso está dirigido a estudiantes interesados en profundizar sus conocimientos en mercadeo digital y comunicación, especialmente aquellos que buscan integrar herramientas y estrategias digitales para optimizar la presencia de productos y servicios en el entorno digital. Se adoptará un enfoque metodológico que combina análisis teórico con estudios de caso, actividades prácticas y desarrollo de proyectos reales o simulados para favorecer el aprendizaje significativo y aplicable.

Al finalizar, los estudiantes serán capaces de diseñar y ejecutar estrategias de comunicación digital efectivas que integren contenidos atractivos y publicidad digital orientada a resultados, comprendiendo su papel dentro del plan de mercadeo global. Asimismo, desarrollarán habilidades para analizar métricas digitales, optimizar campañas y adaptarse a las tendencias dinámicas del mercado digital.

Objetivos Generales

- Comprender los fundamentos y la evolución de la comunicación digital aplicada al mercadeo.
- Identificar y analizar las características y tipos de contenidos digitales relevantes para la publicidad en línea.
- Desarrollar competencias para planificar estrategias integrales de comunicación de contenidos y publicidad digital.
- Implementar y evaluar campañas de publicidad digital considerando métricas y resultados obtenidos.
- Integrar tecnologías y tendencias digitales en la gestión de la comunicación y publicidad de contenidos.

Competencias

- Analizar la relación estratégica entre la comunicación digital, el contenido y la publicidad en el contexto del mercadeo digital.
- Diseñar estrategias de contenido digital alineadas con objetivos comerciales y públicos objetivos específicos.
- Aplicar herramientas y técnicas para la creación y gestión efectiva de contenidos digitales.
- Planificar y ejecutar campañas de publicidad digital integradas con estrategias de comunicación de contenidos.

- Evaluar el desempeño de campañas digitales usando métricas y análisis de resultados para la toma de decisiones.
- Adaptar las estrategias de comunicación digital a las tendencias y tecnologías emergentes del mercado digital.

Requerimientos

- Conocimientos básicos de mercadeo y comunicación.
- Familiaridad con conceptos generales de internet y redes sociales.
- Acceso a computadora con conexión a internet para el uso de plataformas digitales y herramientas de diseño.
- Habilidades básicas en manejo de software de presentación y edición de texto.
- Disposición para el trabajo colaborativo y análisis crítico.

Unidades del Curso

Unidad 1: Introducción a la Comunicación Digital en Mercadeo

Unidad 2: Fundamentos del Contenido Digital

Unidad 3: Estrategia de Comunicación Digital

Unidad 4: Plataformas y Canales Digitales

Unidad 5: Introducción a la Publicidad Digital

Unidad 6: Diseño de Campañas Publicitarias Digitales

Unidad 7: Herramientas para la Creación y Gestión de Contenidos

Unidad 8: Métricas y Análisis de Resultados en Comunicación Digital

Unidad 9: Optimización y Ajuste de Estrategias Digitales

Unidad 10: Tendencias y Nuevas Tecnologías en Comunicación y Publicidad Digital

Unidad 11: Integración de la Comunicación Digital con el Plan de Mercadeo

Unidad 12: Ética y Responsabilidad en la Comunicación Digital

Unidad 13: Gestión de Crisis y Reputación en Medios Digitales

Unidad 14: Proyecto Integrador I: Diagnóstico y Planificación

Unidad 15: Proyecto Integrador II: Implementación y Monitoreo

Unidad 16: Presentación y Evaluación Final del Proyecto

