



disruptive
digital
education

comunicación digital

workshop

Madrid

comunicación digital

SOBRE EL WORKSHOP

Comunicación digital es poder. Su relevancia es cada día mayor en cualquier plan de Marketing, siendo un recurso imprescindible para obtener una estrategia de éxito. Conocer sus claves actuales resulta esencial para cumplir objetivos, obtener resultados y lograr conectar con el usuario final.

Los profesionales especializados en esta área digital serán responsables de elaborar estrategias de comunicación exitosas, siempre coherentes con un plan global. Figura fundamental en cualquier equipo de marketing, será la persona encargada de definir, elaborar, aplicar y evaluar las acciones comunicativas llevadas a cabo.

DURACIÓN TOTAL

10h - Clases Teóricas / Prácticas

NOTA

Plazas limitadas

ADMISIÓN

- Edad mínima 18 años.
- Conocimientos generales de diseño.

PERFIL

- Responsables de Marketing y Comunicación
- Redactores – Periodistas
- Project Managers
- Social Media Strategist/Managers
- Community Managers
- Bloggers
- Autónomos / emprendedores
- Profesionales de cualquier ámbito que quieran conocer las claves de la comunicación digital actual, al ser aplicable a cualquier sector y / o perfil al margen de sus intereses

OBJETIVOS

- Conocer las claves de la comunicación digital actual, tanto a nivel tendencias generales como para obtener el rendimiento más eficaz de cada canal.
- Desarrollar competencias básicas vinculadas a la creación de contenidos: búsqueda de información, oportunidades, claves de redacción en cada canal, formato final, etc.
- Consideraciones a tener en cuenta para crear contenidos y comunicar, desde puntos de vista más transversales del marketing digital: SEO y Paid Media.
- Poner en práctica conocimientos adquiridos para generar contenido propio y adaptarlo a distintos canales para obtener los mejores resultados.
- Descubrir dónde se ubica una estrategia de comunicación digital dentro de un plan de Marketing y aprender los pasos a seguir para definir las acciones.
- Poner en práctica las capacidades de las herramientas de medición y aprender a interpretar métricas y datos, aplicando mejoras para optimizar los proyectos.
- Actualizar al alumno en las claves de la comunicación digital en 2018.
- Conocer las particularidades del Contenido para marcas identificadas como sociales.

APRENDER HACIENDO

El workshop tiene un enfoque práctico basado en la premisa de que la mejor forma de aprender es haciendo, para conseguirlo, se trabajará en el planteamiento de soluciones para un proyecto real del que los alumnos recibirán un briefing,

materiales de trabajo y serán guiados en la búsqueda de estas soluciones por profesionales en activo del sector de la UX que participarán en el desarrollo del workshop.

PROGRAMA

1. Introducción a la comunicación digital

› Bases y conceptos de la comunicación digital

2. Comunicación Digital Estratégica

› Estrategia Digital - Estructura y Fases

3. Búsqueda de información y claves SEO para creación de contenidos

- › Búsqueda de información y estructura
- › Práctica: Selección de tema, búsqueda de información y estructura pasos previos a la creación de contenido
- › Claves básicas de SEO - Escenario actual
- › Bases de la arquitectura de la información
- › Cómo redactar para obtener un buen posicionamiento
- › Fundamentos de Wordpress para creación de contenidos

4. Redacción Digital

- › Claves de la redacción digital - Qué debemos tener en cuenta
- › Análisis de modalidades de texto
- › Práctica: Creación de contenido para post - Aplicación de claves SEO

6. Marketing de contenido y Social Media

- › Tendencias actuales del marketing de contenido: marketing emocional, storytelling, branded content, etc.
- › Facebook, twitter, instagram, linkedin, blog
- › Claves. Recomendaciones para favorecer el engagement
- › Práctica: Adaptación de contenido a cada canal y selección de formato multimedia.

8. Análisis y medición del impacto de la estrategia

- › Métricas de Facebook, Twitter, instagram y LinkedIn
- › Herramientas recomendadas
- › KPIS: Definición, interpretación y optimización
- › Práctica - Herramientas

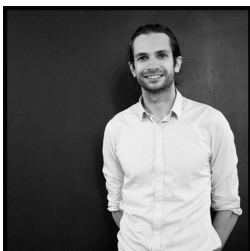
5. Multimedia como apoyo al contenido

- › La riqueza de los formatos audiovisuales: Tipos
- › Recomendaciones de formatos por canal

7. Copywriting

- › Redacción para persuadir cómo captar la atención del usuario.
- › Paid media: conceptos básicos.
- › Landing Pages
- › Emailing
- › Práctica: copywriting

TUTOR



VÍCTOR IGLESIAS

CONTENT & SOCIAL MEDIA
MANAGER

Góbaló

MATERIAL

- Un portátil MacBook Air por alumno.
- Proyector HD.
- Material de apoyo en formato digital.

€ INVERSIÓN: 150€

1. **Pago al contado.**
2. **Ex-alumnos EDIT.:** 10% de descuento.
3. **Fundación Tripartita.**
4. **Descuentos a empresas partners.**

NOTAS

En caso de que el workshop sea cancelado por parte de EDIT., será reembolsado al alumno el pago del mismo.

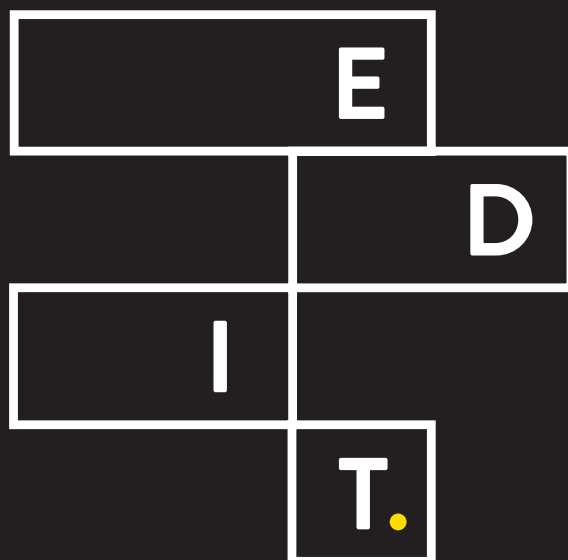
En caso de que el alumno cancele por voluntad propia su asistencia al workshop, pagará una penalización (cláusula penal) de 10% del valor del pago y no se devolverá el valor de la inscripción del mismo después de realizar el workshop.

EDIT. podrá usar la imagen y voz del alumno con el fin de promocionar el workshop y las actividades relacionadas en sus canales de comunicación.

EDIT. se reserva el derecho de cambiar la fecha, el horario y el lugar, o incluso cancelar el workshop de acuerdo al número mínimo de interesados. En ese caso, todos los inscritos serán avisados hasta 24 horas antes del inicio del workshop.

Queda a criterio de EDIT. la cancelación de los workshops por otros motivos que no son informados aquí.

Todos los gastos adicionales por el alumno no serán reembolsables (alojamiento, hotel, pasaje de cualquier tipo, etc.).



www.edit.com.es



EDIT. C/ de la Colegiata 9,
Madrid utopics_Us.
28012 Madrid
(+ 34) 910 563 227
info@edit.com.es

EDIT. Alameda D. Afonso
Lisboa Henriques, 7A
1900-178 Lisboa
(+ 351) 210 182 455
geral@edit.com.pt

EDIT. Rua Gonçalo Cristovão
Oporto nº 347, 3º piso, sala 309/302
4000-270 Oporto
(+ 351) 224 960 345
geral@edit.com.pt