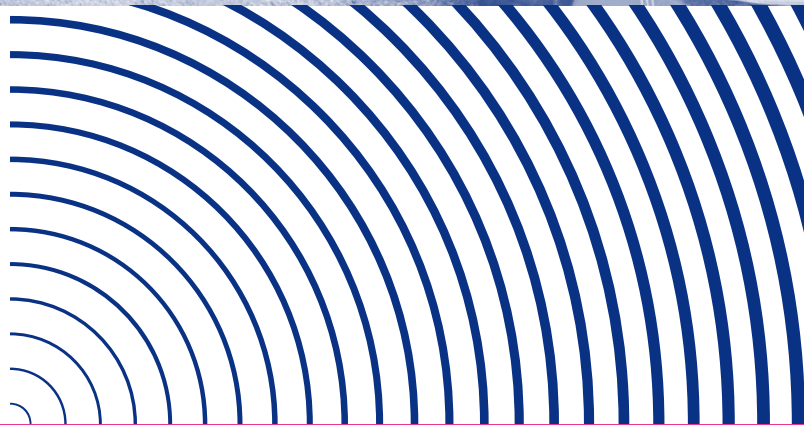




**Emprende
UP**
Universidad
del Pacífico



TALLER

TECNOLOGÍA PUBLICITARIA EN ECOSISTEMAS DIGITALES

I. DESCRIPCIÓN DEL TALLER

Los acelerados cambios sociales, la digitalización y los nuevos escenarios de comunicación en un mundo cada vez más conectado, proponen un atractivo reto para la manera en que las empresas transmiten mensajes y dan a conocer sus propuestas a sus audiencias.

Este taller es un espacio en el que conoceremos las herramientas necesarias para el diseño de propuestas comunicacionales, basadas en diversas plataformas de tecnología móvil existentes en el mercado.

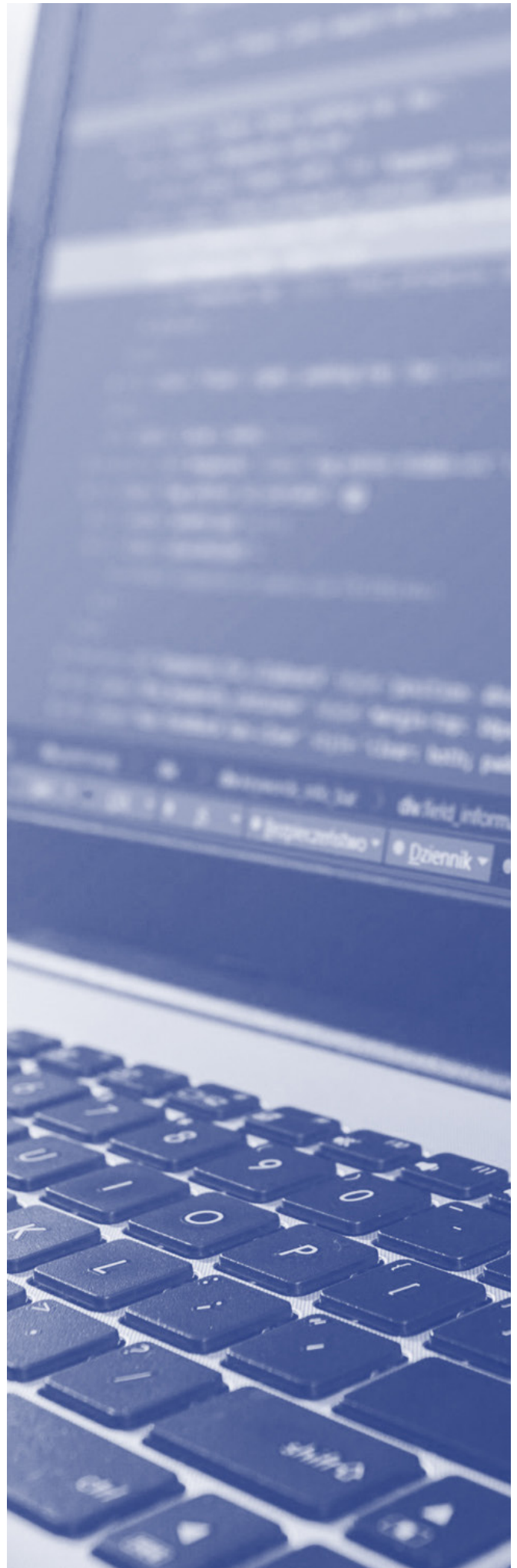
II. OBJETIVO DEL TALLER

Objetivos del taller:

- Brindar una visión integral de las tendencias y hábitos en las audiencias digitales.
- Conocer las características de un ecosistema digital y su impacto en el desarrollo de las marcas.
- Promover el pensamiento estratégico para el uso de tecnologías digitales.

Beneficios del taller para el participante:

- El participante adquirirá capacidades para diseñar propuestas innovadoras y desarrollar nuevas estrategias de marca en entornos digitales que le permitan dar a conocer su emprendimiento, teniendo en cuenta las posibilidades que brindan las tecnologías móviles.



III. CONTENIDO

UNIDAD DIDACTICA I

- Tendencias actuales y futuras en el comportamiento de las audiencias digitales.

UNIDAD DIDACTICA II

- Ecosistemas digitales y su correcta integración en la estrategia digital de las marcas.

UNIDAD DIDACTICA III

- Las 4 F's del marketing digital y el consumer journey.

UNIDAD DIDACTICA IV

- Visión transmedia empresarial.

UNIDAD DIDACTICA V

- Construcción y gestión de comunidades de marca.

UNIDAD DIDACTICA VI

- Presentación de proyecto final.

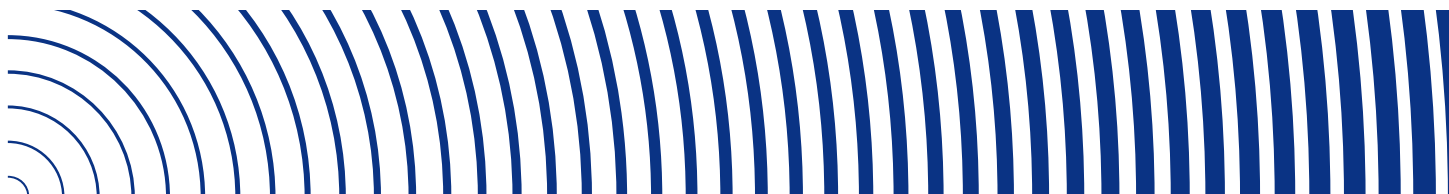
IV. METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA

Carácter de las sesiones:

Las sesiones son teórico prácticas. Para la teoría el profesor utilizará casos y facilitará bibliografía que permita reforzar los temas tratados en clase. La práctica será permanente, mediante dinámicas grupales que permitan evidenciar los conocimientos adquiridos, fomentando la participación activa.

Requerimientos por parte del facilitador a los participantes

Participación constante, ganas de aprender y espíritu por desarrollar experiencias innovadoras en entornos digitales que ayuden a posicionar sus emprendimientos



V. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS REFERENCIAS RECOMENDADAS

La evaluación de los alumnos se realizará:

- Merrill, M.D. Component Display Theory. In C. Reigelut. (1983) Instructional Design Theories and Models. Hillsdale NJ: Erlbaum Associates.
- Negroponte, N. (2000) El mundo digital: El futuro que ha llegado. Ediciones B.
- Quijada-Fernández, David; Ramos-Serrano, Marina. (2009) Tecnologías de la Persuasión: Uso de las TIC en Publicidad y Relaciones Públicas. Editorial UOC.
- https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/29156/Creatividad_publicitaria_ONLINE.pdf?sequence=1
- <https://idus.us.es/handle/11441/30384?>
- <https://www.comscore.com/lat/Prensa-y-Eventos/Market-Rankings>
- <https://www.iebschool.com/blog/que-es-narrativa-transmedia-social-media-social-media/>

VI. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL TALLER

SESIÓN	CONTENIDO A DESARROLLAR	OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD	ACTIVIDAD A DESARROLLAR	MATERIAL DIDÁCTICO
I	<p>Tendencias actuales y futuras en el comportamiento de las audiencias digitales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hábitos de consumo, penetración y uso de la tecnología móvil. • Importancia y penetración de las TIC. • Publicidad en redes sociales y su rentabilidad. 	Identificar el comportamiento de las audiencias en entornos digitales.	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de facilitador y participantes. • Análisis de casos y tendencias. • Análisis de audiencias de sus emprendimientos. 	PPT Material audiovisual
II	<p>Ecosistemas digitales y su correcta integración en la estrategia digital de las marcas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto de ecosistema digital. • Desarrollo de ecosistema digital en las plataformas móviles. 	Comprender la importancia de los ecosistemas digitales para tecnologías publicitarias móviles.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de información. • Desarrollo de ecosistema digital para sus emprendimientos. 	PPT Material audiovisual
III	<p>Las 4 F's del marketing digital y el consumer journey.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funcionalidad, flujo, feedback y fidelización. • Diseño del viaje de usuario en entornos digitales. 	Entender la utilidad de diseñar un correcto viaje de usuario, dentro de la estrategia de marketing digital.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de consumer journey. 	PPT Material audiovisual



SESIÓN	CONTENIDO A DESARROLLAR	OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD	ACTIVIDAD A DESARROLLAR	MATERIAL DIDÁCTICO
IV	<p>Visión transmedia empresarial.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crossmedia y Transmedia en plataformas digitales. • Los social media como elemento integrador hacia una web de producto/servicio. 	<p>Analizar la aplicación de técnicas transmedia dentro del trabajo de marca en entornos digitales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de propuesta transmedia. 	<p>PPT Material audiovisual</p>
V	<p>Construcción y gestión de comunidades de marca.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Importancia de la comunidad de marca para el crecimiento de un emprendimiento. • Social media como elemento clave en la creación de comunidades de marca. 	<p>Integra el concepto de comunidad de marca a su ecosistema digital.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría de proyecto final. 	<p>PPT Material audiovisual</p>
VI	<p>Presentación de ecosistema digital.</p>	<p>Conocer diferentes propuestas de ecosistemas digitales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentaciones de proyectos. 	

VII. DATOS DEL FACILITADOR



**SERGIO
TORRES**

Consultor en comunicaciones y creación de contenidos | Docente | Locutor comercial | Post productor de audio

Profesional en comunicaciones y docente universitario, egresado de maestría en Educación con mención en e-Learning de la USMP. Cuenta con más de 15 años de experiencia a nivel corporativo en empresas de comunicaciones en áreas de creatividad, gestión de contenidos y comunicación interna; trayectoria complementada con la docencia universitaria, orientada a cursos de producción de contenidos, fundamentos publicitarios, publicidad digital y creatividad.



Emprende
UP
Universidad
del Pacífico

Universidad del Pacífico
Jr. Sánchez Cerro 2050, Jesús María
(+51 1) 219-0100 anexos 2119 o 2524

emprendeup.pe