



DIPLOMADO EN COMUNICACIÓN DIGITAL

OBJETIVO

Fortalecer la capacidad de toma de decisiones de las áreas de comunicación, comprendiendo el ecosistema digital, las buenas prácticas y las tendencias en innovación, para integrar lo digital a la estrategia y promover la transformación del área.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

Tomadores de decisiones en áreas de comunicación, periodismo y mercadeo, así como todos aquellos interesados en transformar las áreas de comunicación integrando los recursos digitales disponibles.

CONTENIDO

MÓDULO 1 ECOSISTEMA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

- ¿Qué es una estrategia de comunicación y cómo integrar digital en ella?
 - Audiencias y consumo digital en Colombia
- ¿Cómo se entiende la conversión de las audiencias en digital?
 - Medición en función de los objetivos de la estrategia
- Proyecto personal: Definición de audiencias digitales
 - Transformación digital para las áreas de comunicación

MÓDULO 2 MARKETING DIGITAL

- Comunicación interna / externa: La interacción del área de comunicaciones con otras áreas en/ sobre digital
 - Marketing digital y su relación con las áreas de comunicación
- ¿Cuáles son los formatos y tipos de contratación de pauta en digital?
 - Content marketing: el papel del comunicador
- Proyecto personal: Definición de objetivos estratégicos de comunicación digital
 - Branding y reputación digital
 - Free-press y Relaciones Públicas 2.0

MÓDULO 3 PRODUCCIÓN DIGITAL

- ¿Cómo decidir qué herramientas digitales usar en función de las acciones?
 - Innovación en formatos digitales
 - Producción digital de texto enriquecido (Herramientas)
- El proceso inverso: definir la estrategia a partir de las acciones digitales
 - Producción digital de audio / video (Herramientas)
 - Producción de nuevos espacios digitales (Web, apps y gestores)

MÓDULO 4 GERENCIA DE PROYECTOS DIGITALES

- Comunicación en tiempos de crisis: el papel de digital
 - Gerencia de proyectos Digitales
- Proyecto personal: Estrategia de comunicación digital
 - Legislación digital: propiedad intelectual / gestión de bases de datos

Intensidad: 102 horas
Horario: Martes, miércoles
y jueves, 6:00 – 9:00 p.m.

Educación Continuada
Cra. 4 No 23 - 76
Módulo 29 of. 201
PBX: (+571) 242 7030
Exts.: 1160 / 3956 / 58
Teléfono: 321 3571
www.utadeo.edu.co

CONFERENCISTAS

Adriana Molano Rojas

Coordinadora del Diplomado Consultora en comunicación, cultura e innovación

Comunicadora Social – Periodista (Universidad Externado de Colombia), especializada en Comunicación y Cultura (FLACSO Argentina), candidata a Magíster en Gerencia y Práctica del Desarrollo (Universidad de los Andes), con diplomado en Desarrollo Sostenible de las Ciudades (BID).

Analista de tendencias digitales y directora de contenidos de www.colombiadigital.net, medio especializado en la apropiación de las tecnologías para la generación de calidad de vida, competitividad y valor público, reconocido por los eAwards como el ‘Mejor Medio Digital’ de Colombia en 2016.

Nombrada en 2016 como una de las ‘50 mujeres más influyentes en tecnología’ por la Revista Canal Informático. Ganadora de tres premios nacionales de investigación en comunicación y cultura. Ganadora de una beca internacional de periodismo otorgada por el Consenso de Copenhague ante Naciones Unidas (New York) para el cubrimiento de la declaración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en 2015. Autora de los libros ‘Nuevos sentidos de la cultura: web social para la gestión cultural’ y ‘Transformación digital: tendencias convertidas en oportunidades’, además de otras publicaciones que vinculan procesos sociales, educativos, económicos y culturales con el uso de nuevas tecnologías.

Camilo Plazas

Michelsen Director de innovación digital para América Latina en Mediacom

Profesional en Marketing y Publicidad (Politécnico Grancolombiano), con doble maestría en Marketing y Comunicación Online (Instituto Europeo de Diseño – IED). Integrante y líder de equipos de trabajo premiados en múltiples categorías por sus propuestas en digital.

Head of Digital de Mediacom, agencia de medios de conexiones y contenidos líder a nivel mundial, con más de doce años de experiencia en publicidad en las áreas digitales, de planeación y de servicio al cliente. Profesional con experiencia gerencial e internacional, creación de nuevas unidades de negocio y con una visión integral de la publicidad.

Mauricio Jaramillo Marín

Fundador y director de Impacto TIC y +Hangouts de Periodismo

Periodista (U. Jorge Tadeo Lozano) especializado en periodismo tecnológico y digital (University of Texas), con 20 años de experiencia en el cubrimiento de Internet, sociedad de la información, tecnología y negocios.

Cofundador y anterior editor del medio digital Enter.co; colaborador en medios como El Tiempo, CityTV, Portafolio, Gerente, Semana y Dinero. Reconocido como ‘Mejor Comunicador Iberoamericano’ en los Premios de Internet 2012, y seleccionado entre los 20 ‘Big Thinkers’ de Iberoamérica por el Blog Think Big de Telefónica en España.