

**NOMBRE DEL CURSO O TALLER:**

**Gestión de Contenidos Digitales y Creación de Portafolio**

Certifica:	Universidad Nacional Autónoma de México UNAM
Título:	<b>Certificado: Gestión de contenidos digitales y creación de portafolio</b>
Duración (horas):	30 horas
Cupo máximo:	35, se abre con mínimo 10 inscritos
Fecha inicio /finalización:	25 de enero al 19 de febrero de 2021
Horarios:	Lunes a Viernes de 6:00 p.m. a 8:00 p.m. – sábados 8:00 a.m. 12 m.
Valor (\$):	Público en general: \$ 350.000 Personas afiliadas a Comfandi, Comfenalco y Coomeva: \$ 300.000

## 1. INTRODUCCION / PRESENTACIÓN

Este curso se fundamenta en los nuevos retos que plantean los entornos digitales, y la necesidad de hacer presencia con estrategias que apoyen el reconocimiento, posicionamiento, recordación y la construcción de comunidad alrededor de la marca cultural.

## 2. OBJETIVOS

Desarrollar contenidos digitales en diferentes formatos que apoyen los objetivos de la marca cultural y su proceso de emprendimiento, a través del uso de estrategias que generen reconocimiento, posicionamiento, recordación y comunidad.

- Contextualizar el entorno donde se mueven los emprendimientos.
- Establecer la marca como representación de la experiencia que generen los emprendimientos en industrias culturales y de emprendimiento.
- Reconocer las posibilidades que existen en el entorno digital y decidir cuáles son las más apropiadas para las marcas.
- Establecer estrategias que guíen el accionar de las marcas en los ecosistemas digitales escogidos.

- Crear contenido digital que apoye las estrategias establecidas y ayuden al logro de los objetivos planteados.
- Diseñar el portafolio que soporte la experiencia creada para la marca.

### 3. PERFIL PARTICIPANTES:

**Ingreso:** Creadores, artistas, gestores culturales, pequeños empresarios y público en general.

**Egreso:** Creadores, artistas, gestores culturales, pequeños empresarios y público en general; con especialización en emprendimientos para comenzar y/o fortalecer negocios en las industrias culturales y de entretenimiento.

### 4. CONTENIDO

#### **Unidad I. Las nuevas formas de consumo, un tema de investigación (4 horas)**

- Tendencias digitales. El mercado, el consumidor y el consumo

#### **Unidad II. La marca, principio y fin. (4 horas)**

- Auditoria de marca
- Perfil digital de la marca

#### **Unidad III. Ecosistemas digitales, sincronía en la red (4 horas)**

- Plataformas y canales
- Creación de ecosistemas

#### **Unidad IV. La estrategia, escribiendo partituras (4 horas)**

- Diseño de estrategias a la medida de la marca y al ritmo del ecosistema

#### **Unidad V. Creación de contenidos digitales, letra y música (10 horas)**

- Construcción de experiencias
- Generación de contenidos
- Herramientas de apoyo

#### **Unidad VI. Portafolio (4 horas)**

- Diseño de portafolio. Bases y líneas estratégicas.

### 5. METODOLOGÍA

100% virtual

- a) Exposición magistral de los temas
- b) Análisis de casos reales de la industria
- c) Aplicación de los conocimientos en un proyecto real

**Actividades de aprendizaje:**

- a) Talleres colaborativos online
- b) Debates, talleres y retos
- c) Actividad integradora de conocimiento en un proyecto escogido en duplas o individual

**6. EVALUACIÓN**

Presentación actividad integradora 40%

Talleres colaborativos online 20%

Debates, talleres y retos 20%

Socialización de casos 20%

Esto se computa siempre y cuando el estudiante haya asistido al menos al 80% de las clases.

**7. REQUISITOS DE LOS PARTICIPANTES (técnicos, disponibilidad, etc.)**

Equipo de cómputo, conexión a internet, navegador.

**8. PREFIL DOCENTE O TALLERISTA**

**Victoria E. Concha Ávila**

Administradora de empresas de la universidad ICESI, especialista y mercadeo, MBA y Doctora en Dirección de empresas de la Universidad de Valencia en España.

Actualmente es la directora de la Especialización en Comunicación Estratégica de marca en entornos digitales, jefe del Departamento de Diseño y publicidad, y coordinadora de la Agencia publicitaria inhouse UAO.

Investigación y líder de proyectos como: Hablando sobre Publicidad, Tienda de campaña, alianzas con industrias culturales y programas de estrategia de marca digital para compañías, cursos, seminarios y diplomados entre otros.

Tiene experiencia de 15 años como Gerente de Mercadeo y publicidad de empresas nacionales y multinacionales y Gerente General de su propia compañía. Tiene experiencia académica como docente en pregrado y posgrado en la Universidad Autónoma de Occidente y Universidad ICESI.