

EXPOSITOR

Mtra. Erika Vilfort

Combina las habilidades de una comunicadora, periodista, estratega, y coach y ha desarrollado un modelo de negocios llamado EV-olución que ha servido de referencia para agregación de noticias y asesorías en tiempo real, producción cultural y artística derivada como cintas, libros y obras de arte, incubación de soluciones tecnológicas (como nuevas opciones de pago biométricas en sustitución de la tarjeta de crédito, el pasaporte digital y la placa inteligente, como parte de su unidad de negocios Pentadata) y aplicaciones como Periscopio e Instagram. Tiene una maestría en Política Comparada por New School for Social Research y es autora de los libros "Comunicación Global," (sobre la geopolítica de comunicación mundial), "CompañíaII" (basada en la obra de S. Beckett), "Laberinto Digital MX," (sobre el impacto de las nuevas tecnologías de información y comunicación en México). Ha impartido cátedra en la UIA, UVM y ponencias en el ITESM. Sus temas de interés e investigación son la comunicación y la sociología de la tecnología.

OBJETIVO

El cambio tecnológico se identifica por su interconexión, vertiginosidad, interdependencia, artificialidad, accesibilidad, disminución de costos, tiempo y recursos, comprensión, ubicuidad, alteridad, impersonalidad y nuevas definiciones de espacio y tiempo; y obliga nuevos comportamientos, procesos y procedimientos, así como nuevas habilidades, recursos y herramientas.

La comunicación, el cabildeo, las relaciones públicas y la mercadotecnia se han visto impactadas por esta revolución tecnológica, y este curso tiene como fin conocer las nuevas posibilidades, oportunidades y retos que plantea la era digital para estas disciplinas.

El objetivo de este curso es que el profesionista se familiarice con la digitalización, la virtualización y que pueda utilizarla para comunicar, informar, cabildear, relacionarse, posicionarse frente a los grupos de interés y vender (comunicando).

DIRIGIDO A

Voceros, mercadólogos, comunicadores y empresarios interesados en la estrategia digital.

TEMARIO

1. Introducción. Un entorno disruptivo. La tercera y cuartas olas de Alvin Toffler. La aldea global de McLuhan y la globalización. Marco referencial histórico y el cambio tecnológico.
 2. Comunicar en la era digital. Similitudes y diferencias con la etapa analógica y del face-to-face.
 3. Canales y recursos: Twitter, Periscope, Facebook, Instagram, YouTube. Manejo y mantenimiento de redes. Optimización de redes sociales.
 4. Gobernar y cabildear en la era digital.
 5. Vender en la era digital. Publicidad y comunicación visual. Contenidos de mercadotecnia. Mercadotecnia de Influencia. Blogs publicitarios. ¿Cómo posicionar una marca en la era digital?
 6. Manuales y procedimientos de redes sociales y voceros digitales (Llamados influyentes que inciden en la opinión o en la compra de otros).
 7. Campaña digital. Planeación digital y cómo crear una comunidad virtual.
 8. ¿Cómo afrontar guerras comunicativas, propaganda, rumores, desconfianza, virulencia de mensajes y el torbellino digital? ¿Cómo defender la reputación y mantener la confianza en tiempos digitales?
 9. Virtualización, juego y "oportunidad mediática". Gamification para una mayor interacción.
 10. El arte de escribir en línea y en tiempo real. De 124 caracteres a un blog. Microficciones, hipertextos y contenidos diversos para mantener el interés de la audiencia.
- NOTA: El curso es 70% teórico y 30% práctico e incluye dinámicas de clase a fin de consolidar el conocimiento.

DURACIÓN

20 horas