

CURSO – TALLER

Marketing y comunicación para tu proyecto escénico

Temario

Unidad 1: Cultura digital

En esta unidad de estudio esclareceremos la gama de posibilidades para digitalizar las actividades del arte y la cultura, así como establecer un criterio general sobre definiciones y conceptos clave en torno al tema.

1. Historia y evolución de las tecnologías digitales.
2. El impacto de la digitalización en la sociedad: comunicación, educación, trabajo, etc.
3. Ciudadanía digital: derechos, responsabilidades y ética en el entorno digital.
4. Navegación y búsqueda de información en internet.
5. Herramientas de productividad y colaboración en línea.
6. Redes sociales y comunicación digital: plataformas, tendencias y buenas prácticas.
7. Creación y edición de contenido digital: texto, imagen, audio y video.

Unidad 2. Estrategias de difusión

En esta unidad se pone en perspectiva el papel que desempeña la persona encargada del área de difusión y prensa de un grupo o compañía artística.

1. Estrategia de difusión.
2. Publicidad: crear tu campaña publicitaria.
3. Mercadotecnia y comunicación.
4. Campañas de contenidos digitales.

Unidad 3. Manejo de redes sociales

En esta unidad se abordará la necesidad de crear una estrategia de comunicación y mercadotecnia para productos culturales.

1. Estrategia digital: ¿qué es y por qué necesitas una?
2. Mezcla de medios digitales: elige la plataforma correcta para ti
3. Métricas y resultados: ¿qué necesito saber?
4. Gestión de medios sociales: herramientas útiles para tu día a día.

Unidad 4. *Marketing Cultural*

El alumnado definirá conceptos de mercadotecnia y los aplicará a un proyecto personal o institucional para impulsar un producto o servicio cultural.

1. Investigación de mercados.
2. Definición del producto cultural: análisis de competencias y valor único de nuestro proyecto.
3. Disciplinas de la mercadotecnia aplicadas a productos y servicios culturales.
4. Guía breve para la elaboración de una campaña de *marketing*.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

El taller cuenta con 4 Unidades, cada una con una sesión remota en videoconferencia, de duración de una hora.

Cada unidad les irá preparando para formar una carpeta entregable (en formato digital), que será evaluada con los siguientes puntos:

1. Definición de audiencias.
2. Elección de canales de distribución de la información.
3. Análisis de los materiales entregables que se requieren para cada proyecto.
4. Ejemplos de los folletos, artes digitales, boletines informativos y piezas que se usen como soporte de la difusión del proyecto.

Estos proyectos se enviarán en las fechas establecidas para revisión y retroalimentación de parte de la profesora.