

Programa

Módulo 1: Tendencias de comunicación, qué está pasando en el mundo digital, nuevos *players*, ejemplos y casos

Unidad 1: Lo que nos da la publicidad

- 1.1.1 Las ideas “noticia”
- 1.1.2 Ideas *real time*
- 1.1.3 Data y creatividad

Unidad 2: Lo que nos da internet

- 1.2.1 *ProDusers + content creators*
- 1.2.2 *User generated content*

Módulo 2: *Storytelling* y creatividad

Unidad 1: La narrativa de siempre

- 2.1.1 Estamos hechos de historias
- 2.1.2 Redacción
- 2.1.3 Dirección de arte

Unidad 2: La nueva narrativa

- 2.2.1 Las historias en la era de la distracción
- 2.2.2 Narrativa de plataformas

Módulo 3: Transmedia y nuevas tecnologías

Unidad 1: Adentro de las pantallas

- 3.1.1 Realidades inmersivas
- 3.1.2 Realidad aumentada
- 3.1.3 La voz como interface

Unidad 2: El “recurso” de la tecnología

- 3.2.1 Tecnología como recurso para contar historias
- 3.2.2 Tecnología, ¿para qué?

Módulo 4: *Snack content*

Unidad 1: Las historias más cortas del mundo

- 4.1.1 Hola 9.16 chau 16.9
- 4.1.2 Contenido para moderar
- 4.1.3 Momento exacto, lugar exacto
- 4.1.4 Contenido regular
- 4.1.5 La importancia del *feed*

Bibliografía

Goldsmith, K. (2016) *Waisting time on the internet*. Estados Unidos: Harper Perennial.

Maden, M. (2006). *99 Ways to tell a story*. Londres: Random House

McKee Robert (2008) *El Guión*. Estados Unidos.

Van Dijck José (2013) *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford: Oxford University Press.

Objetivos

El planteo de objetivos permite que tenga una idea acabada de lo que se pretende que alcance al finalizar el proceso de enseñanza y aprendizaje de este curso. Pero el propósito es más fuerte aún: indicamos lo que debe lograr para que estos conocimientos aporten a los objetivos de su formación.

Para alcanzar estos objetivos, debe completar el proceso propuesto en el recorrido de las diferentes etapas del curso que se le presenta.

Entonces, si trabaja de la manera indicada, estará en condiciones de alcanzar los siguientes objetivos:

Objetivo general:

- Comprender en profundidad el ecosistema digital, sus multiplataformas y la vital importancia del elemento creativo como rol fundamental a la hora de llevar adelante una campaña exitosa.
- Aprender a generar ideas creativas pensadas para el universo digital y sus diferentes canales. Y llevarlas a la práctica con éxito.

Objetivos específicos:

- Ahondar en las distintas narrativas, para construir mensajes que conecten mejor con las audiencias en las diversas plataformas.
- Aduñarse de un tono y estilo propios a la hora de salir a hablar en las redes.
- Saber utilizar a la tecnología, no solo como recurso, sino como aliada para acercarnos más a las personas.

Competencias

Las competencias que esperamos usted desarrolle con el recorrido de este curso son:

Competencias genéricas

- Resolución de problemas: capacidad para enfrentar los desafíos buscando las herramientas necesarias para encontrar soluciones.
- Trabajo en equipo y colaborativo: capacidad de integrarse con sus compañeros para lograr los objetivos compartidos.

Competencia específica

- Saber incorporar distintos emisores-creators para llegar a audiencias específicas.
- Profundizar en las nuevas tecnologías, usarlas a nuestro favor y aplicarlas de manera creativa.
- Entender mejor los nuevos recursos y reglas visuales de los diferentes formatos para optimizar el mensaje.
- Valor a la creatividad como herramienta para generar historias impactantes y recordables para la audiencia.