



CURSO

ENTORNO, COMUNICACIONES Y REDES SOCIALES

EL CURSO ENTORNO, COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES ENTREGA UNA SERIE DE COMPETENCIAS Y HABILIDADES PARA LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN QUE INVOLUCREN LA DIMENSIÓN DIGITAL. HOY LAS COMUNICACIONES SE ENCUENTRAN EN EL CENTRO DE CUALQUIER ORGANIZACIÓN, TANTO PARA RELACIONARSE CON SUS PÚBLICOS Y ENTORNOS COMO PARA COMPRENDERLOS. EN ESTE ESCENARIO, LAS PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL ESTÁN CENTRALIZANDO UNA SERIE DE RELACIONES Y COMUNICACIONES ENTRE EMPRESAS Y CONSUMIDORES, CIUDADANOS Y GOBIERNOS, Y LOS DISTINTOS ACTORES DE LA SOCIEDAD CIVIL. LA PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES EN EL ESCENARIO ACTUAL DEMANDA HABILIDADES PARA COMPRENDER LOS ENTORNOS POLÍTICOS, SOCIALES Y ECONÓMICOS EN LOS QUE SE DESENVUELVEN LAS ORGANIZACIONES, ASÍ COMO LA CAPACIDAD PARA MEDIR Y EVALUAR EL IMPACTO DE ESTAS COMUNICACIONES.

ARTURO ARRIAGADA, DIRECTOR ACADÉMICO

Pensar con libertad

OBJETIVOS

- Desarrollar las competencias y habilidades para la planificación estratégica de la comunicación que involucren la dimensión digital.
- Comprender el papel que juegan los entornos políticos, sociales y económicos en la planificación estratégica de la comunicación.
- Desarrollar las competencias y habilidades para la creación y medición de campañas y contenidos en plataformas digitales.

DIRIGIDO A

Profesionales que trabajen en áreas de comunicaciones en medios, empresas, agencias e instituciones gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil. Dirigido también a profesionales de otros sectores (abogados, diseñadores, ingenieros comerciales) que quieren incorporar conocimientos sobre comunicaciones para el desarrollo de sus estrategias de comunicación digital y marketing.

PROGRAMA

SESIÓN 1: Comunicaciones digitales y entornos políticos, sociales y económicos

SESIÓN 2: Comprender el entorno y estrategia y plan de comunicaciones

SESIÓN 3: Formulación de estrategias de comunicación y plan de comunicación estratégica

SESIÓN 4: Creación de contenidos y definición de plataformas

SESIÓN 5: Medición de contenidos e inversión en plataformas

SESIÓN 6: Influenciadores y marcas

SESIÓN 7: Workshop I “Diseño del plan de comunicación digital”

SESIÓN 8: Workshop II “Presentación diagnóstico, estrategia y plan de comunicaciones”

PROFESORES

ARTURO ARRIAGADA

Ph.D. en Sociología y Magíster en Medios y Comunicaciones, Universidad London School of Economics, Reino Unido. Profesor Asociado Escuela de Comunicaciones y Periodismo, Universidad Adolfo Ibáñez.

ERNESTO ESCOBAR

Magíster en Comunicación Corporativa, School of Media Arts and Communications, Universidad de Bournemouth, Inglaterra. Diplomado en Marketing Integral, Universidad Adolfo Ibáñez. Periodista y Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Diego Portales.

ERNESTO JARA

Ingeniero comercial UAI, director transformación digital grupo Porta. Su carrera se ha especializado en data science, tecnologías exponenciales y design thinking.

INFORMACIÓN GENERAL

FORMATO

Presencial - Streaming.

PRECIO

\$315.000

DESCUENTOS

- 15% para ex alumnos de la UAI.
 - 15% para dos o más ejecutivos de una misma empresa.
- *Los descuentos no son acumulables.

WWW.UAI.CL

La realización del presente curso exige un número mínimo de alumnos matriculados. Las fechas podrían sufrir modificaciones.