
EXTENSIÓN PROFESIONAL MALI

MARKETING DIGITAL Y SOCIAL MEDIA PARA INSTITUCIONES Y PROYECTOS CULTURALES

Las herramientas digitales son importantes medios que utilizan las industrias y proyectos culturales hoy en día, no sólo como canal de comunicación, sino también como canal de difusión, promoción y comercialización de sus productos culturales.

Comunicar es clave para conseguir la difusión de información y actividades culturales. Debemos saber cómo se utilizan correctamente los medios digitales, cuáles debemos elegir y cómo conseguir información relevante que nos ayude a tomar decisiones correctas en una estrategia digital.

SUMILLA

¿Cómo podemos aprovechar estas herramientas en una eficiente gestión de social media cultural? El presente taller busca hacer énfasis en el correcto uso de los medios sociales para trabajar comunicación a nivel digital según la característica de cada uno de ellos. Se profundizará en la estructura de una estrategia y cómo es que las acciones responderán al logro de objetivos y resultados concretos considerando diferentes factores tales como la coyuntura, agentes con influencia, herramientas de gestión y evaluación de resultados.

OBJETIVOS

- ▶ Analizar las particularidades del marketing on line en la industria y entender las posibilidades de internet como herramienta en instituciones y proyectos culturales.
- ▶ Definir una estrategia digital según sus objetivos y conocer las estrategias eficaces de *engagement* para fidelizar a su público.
- ▶ Lograr la integración de diversos medios digitales para la construcción de una estrategia de comunicación sólida y eficiente.
- ▶ Aprender a diseñar, desarrollar e implementar un *Social Media Plan* para difundir y gestionar un proyecto con orientación cultural.
- ▶ Proponer estrategias de comunicación a partir de los intereses y perfiles de los públicos.

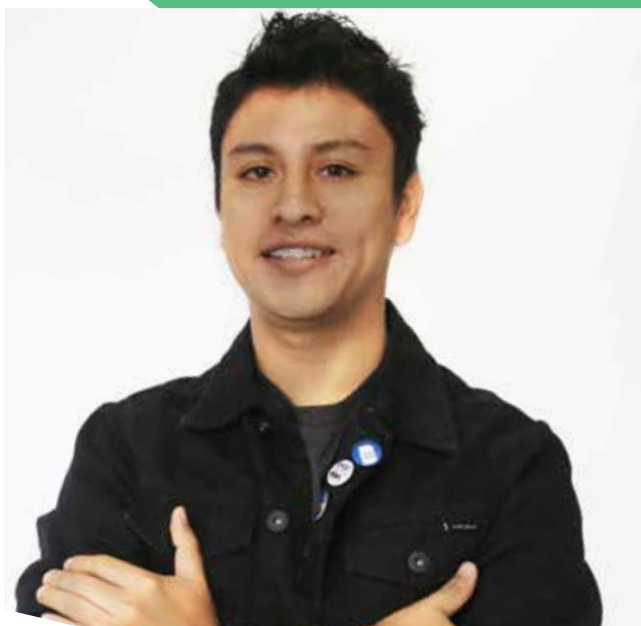
DIRIGIDO A

Dirigido a comunicadores, artistas, profesionales de otros campos y emprendedores que deseen recibir formación específica en el campo del marketing cultural con enfoque en el uso de las nuevas tecnologías y medios sociales.

CONTENIDOS GENERALES

- ▶ Conceptos del origen de internet y desarrollo del ecosistema digital en social media
- ▶ Redes sociales: Contenidos y optimización de perfiles en Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn
- ▶ Herramientas de monitoreo, reputación y gestión de crisis
- ▶ Revisión de data cuantitativa y del consumidor peruano en medios digitales
- ▶ Diseño del plan de marketing online para las industrias culturales.
- ▶ La figura del *social media manager*
- ▶ La importancia del *brief*: desarrollo
- ▶ Benchmarking
- ▶ Objetivos en *Social Media*
- ▶ Embudo de conversión y estrategia digital
- ▶ Gestionando en *Social Media*
- ▶ Identidad digital, *engagement* con el público.
- ▶ Revisión de casos de éxito
- ▶ Marketing viral, el arte de amplificar contenidos
- ▶ Blogs, por qué son necesarios en una estrategia digital
- ▶ Publicidad en redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y Pinterest)
- ▶ Retorno de una campaña: Analítica web (KPIs, Google Analytics)

DANIEL VERGARAY D'ARRIGO



Publicista de la PUCP con estudios de especialización digital en la University of San Francisco - USA, Universidad Austral - Argentina y en la Escuela de Postgrado de la UPC. Se ha desempeñado como Coordinador de Estrategia y Contenidos Digitales en el Ministerio de Cultura del Perú, así como consultor digital en la SUNEDU, coordinador de redes sociales en Latina (canal 2), consultor y planner digital de La Tarumba, Social Media Manager de Peugeot, Conciertos Perú, entre otras marcas. Ha trabajado con más de 30 marcas a nivel digital abarcando diferentes funciones en alrededor de 10 años de experiencia. Cuenta con experiencia docente en universidades e institutos.

INFORMACIÓN GENERAL

LUGAR

Museo de Arte de Lima - MALI
Paseo Colón 125, Lima 1

HORARIO Y FECHAS

De 7:00 p.m. a 10:20 p.m.
Lunes 28 de mayo; 4, 11, 18, 25 de junio y 2 de julio.

INCLUYE

Material del curso y certificado de participación por el MALI

INVERSIÓN

Una cuota de S/.690
Dos cuotas de S/.390 (Antes del inicio y antes de la segunda sesión)

DESCUENTOS

10% por pronto pago hasta el 27 de abril o por grupo de 2 personas
20% por grupo de 3 o más personas y miembros del Programa Amigos del MALI (PAM)

* Descuentos no acumulables

ANULACIONES

Se aceptarán solamente hasta el 11 de mayo

MAYOR INFORMACIÓN

Al teléfono 204 0000 - anexo 201, o al correo informes@mali.pe

MUSEO DE ARTE DE LIMA

PASEO COLÓN 125, LIMA 1

T. +511 204 0000

INFORMES@MALI.PE

WWW.MALI.PE

f/MUSEODEARTEDELIMA

t/@MUSEODEARTELIMA

MALI

