

---

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: Análítica 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

