Instituto Peruano de Arte y Diseño

CURSO	:	**Estrategia Creativa en Medios Digitales**
DURACIÓN	:	**32 Horas / 16 Sesiones**
PRE – REQUISITO	:	**Ninguno**

SUMILLA

Este curso está enfocado en los nuevos medios on-line, sobre todo Internet que ha marcado un antes y un después en el marketing y en la comunicación persuasiva. Estos medios se han convertido en nuevos soportes publicitarios y, a la vez, han transformado profundamente el resto de medios utilizados para hacernos llegar la publicidad. Todo ha cambiado, y no todos los profesionales se han adaptado a estos cambios.
Los retos del futuro requieren un nuevo perfil de profesional de la publicidad.

Este curso está diseñado para que el alumno obtenga los conocimientos necesarios para supervisar estratégicamente acciones publicitarias, tanto en Internet como en diferentes soportes interactivos.

SES	CONTENIDO
1	**Internet y la publicidad, un antes y un después.** Orígenes y evolución de Internet. Internet hoy en día. Un nuevo paradigma de comunicación.
2	**El futuro de la publicidad en Internet.** Metodologías esenciales en social media: no a la espontaneidad, si a la planeación.
3	**Nuevo consumidor Online:** Características del nuevo consumidor. Hacia una nueva forma de relacionarse con los nuevos consumidores. Creando marcas con amor Más allá de las publicación de contenidos: conversaciones acertadas
4	**Internet como medio publicitario** - Antecedentes - Evolución del consumidor - Nueva mirada - El triálogo
5	**Los soportes publicitarios** Los soportes publicitarios de la web 1.0 El e-mail marketing Los banners La contratación del espacio publicitario en Internet
6	**La publicidad en buscadores** - Google insights - Google analitics - Facebook insight - Google adsense - Marketing news - Mercado negro - Código Publicidad - Adverblog

7	**¿Cómo venderse profesionalmente? Reputación o marca personal.** - El compromiso - El poder del compartir - Las promesas resueltas - La súper marca
8	**La estrategia creativa en Internet** - Los tonos de comunicación - La exageración - La yuxtaposición - La estrategia efectiva - Otras estrategias
9	**Los memes y la retórica interactiva** - La hipérbole - La metáfora - La aliteración - Los memes - Otras formas de estrategia
10	**Publicidad Integrada 1** - Definición - De las 4 p a las 4 C - La importancia de la co-creación con la marca creada. - La importancia de la comunicación integrada.
11	**Publicidad Integrada 2** - Importancia - La economía del cariño - Respectos - Equilibrio de publicaciones - El btl y la interacción
12	**Publicidad integrada 3** - La televisión y la interactividad
13	**Publicidad integrada 4** - La radio y la interactividad - Las canciones virales
14	**Publicidad integrada 5** - La prensa y la interactividad
15	**Estrategia de la Marca Digital Real** - ¿Cómo presentarse ante el cliente? - Las herramientas para realizar la exposición de una campaña publicitaria digital.
16	**• EXAMEN FINAL + PRESENTACIÓN DE PROYECTO FINAL.**

Informes e Inscripciones

Av. Benavides 715, Miraflores
Telf: 242-6890 / 242-6747
arteydiseno@ipad.edu.pe
Informes@ipad.edu.pe
http://www.ipad.pe/portal/inicio