



Universidad del Desarrollo
Facultad de Comunicaciones

Curso

CONOCIENDO AL NUEVO CONSUMIDOR PARA CONSTRUIR ESTRATEGIAS TRANSMEDIA

El curso explora las nuevas tendencias en el comportamiento del consumidor, con especial atención a los rasgos que describen su consumo e interacción en entornos digitales, junto con plantear los pasos para diseñar y gestionar una estrategia de comunicación transmedia.

Se aborda el estudio de las dinámicas en el actual ecosistema de medios, es decir, las relaciones que se establecen entre las personas, las marcas, los diversos medios y la pluralidad de plataformas emergentes en el mundo digital.

Para que el alumno traslade el conocimiento adquirido al campo práctico, el curso contempla un taller de diagnóstico de ecosistema digital, orientado a entender cuál es la presencia digital más adecuada para una marca, y un taller de netnografía, que brinda las herramientas de investigación para conocer el comportamiento digital del público.

LifelongLearning UDD

El valor de la formación sin límites

OBJETIVOS



- Reconocer las nuevas dinámicas de comportamiento del consumidor en el actual ecosistema de medios.
- Aprender los procesos y las herramientas para realizar un adecuado diagnóstico de ecosistema digital.
- Aprender los procesos y las herramientas para realizar un adecuado estudio netnográfico.
- Reflexionar acerca de los alcances de la narrativa transmedia en el actual ecosistema de medios.
- Explorar las potencialidades de la narrativa transmedia en el entorno corporativo, publicitario y periodístico para potenciar los objetivos estratégicos de comunicación.

DIRIGIDO A



Profesionales de la comunicación o ciencias afines interesados en entender al nuevo consumidor y las nuevas dinámicas de generación de valor en el ecosistema digital contemporáneo, que busquen desarrollar estrategias para implementar en el mundo corporativo, publicitario o periodístico con la finalidad de conectar con sus públicos y sumar a los objetivos estratégicos de la organización.

PROGRAMA

El programa consta de:

- 6 sesiones de 90 minutos de duración cada una.
- 9 horas cronológicas totales.

MÓDULO 1 - Una aproximación a la teoría de la ecología de medios:

- La teoría de la ecología de medios: ¿un nuevo ecosistema de comunicación?
- Las leyes de la relación entre medios y plataformas.
- Aplicación práctica de la ecología de medios en el entorno contemporáneo.

MÓDULO 2 - El nuevo consumidor: rasgos de comportamiento y consumo:

- Una aproximación al consumo líquido y sus remedios
- Tendencias de comportamiento del nuevo consumidor
- Customer Journey y las claves de un consumo digital

MÓDULO 3 - Taller de diagnóstico de ecosistema digital y de netnografía:

- Taller de diagnóstico de ecosistema digital
- Taller de netnografía: entender al consumidor

PROGRAMA

MÓDULO 4 - Los aportes de la narrativa transmedia en el nuevo ecosistema de medios:

- Una aproximación a la narrativa transmedia.
- Los principios de la narrativa transmedia.
- Engagement y generación de comunidad: conectar con el consumidor.

MÓDULO 5 - La audiencia social y la generación de valor en una estrategia transmedia:

- El concepto de audiencia social y su aplicación en la comunicación.
- La inteligencia colectiva y la cocreación en un proyecto transmedia.
- La generación de valor: la pirámide de la participación y la vinculación.

MÓDULO 6 - Taller de planificación de una estrategia transmedia para generar valor:

- El diseño de una macrohistoria y de sus puntos de contacto.
- Los niveles de profundidad: varias historias para varios medios.
- La planificación de la participación y la cocreación de valor.

PROFESOR



Tomás Atarama.

- Doctor en Comunicación U.Andes, Chile. Magíster Académico en Comunicación U.Andes, Chile y Máster en Creación de Guiones Audiovisuales U. Internacional de La Rioja, España
- Docente e investigador en la Facultad de Comunicación de la U. de Piura. Cuenta con el Registro Nacional Científico, Tecnológico y de Innovación Tecnológica (RENACYT).
- Estratega en Narrativa Transmedia, orientado a la solución integral de problemas de comunicación atendiendo a las características del actual ecosistema de medios.
- Es Visiting Researcher del Center for Internet Studies and Digital Life de la U. de Navarra, España.
- Autor de diversos artículos científicos sobre narrativa transmedia y tendencias en la comunicación.

MODALIDAD



- 100% Online vía Zoom bajo plataforma Canvas UDD.
- Remoto Sincrónico: Clases donde alumnos y profesor se conectan simultáneamente a una clase.

METODOLOGÍA



- Clases interactivas en tiempo real con sesiones lectivas y casos prácticos.
- Las clases estarán centradas en la reflexión y discusión sobre los contenidos y proyectos de comunicación en una modalidad de taller.

REQUISITOS DE APROBACIÓN



- Para la aprobación del programa se exige una nota mínima de 4,0 junto con una asistencia mínima de 75%. Ambos requisitos son necesarios.
- El programa comprende la entrega de material académico de la Universidad del Desarrollo y la entrega de certificado académico a quienes aprueben el mismo.

INFORMACIÓN GENERAL

CLASES:

Fechas: Martes 13, 20 y 27 de julio 2021.
Jueves 15, 22 y 29 de julio 2021.

HORARIOS:

De 18:30 a 20:00 hrs. (Hora Chile).

MODALIDAD:

100% Online - Remoto Sincrónico.
Vía Streaming bajo plataforma Canvas UDD.

DESCUENTOS:

25% Alumni UDD Postgrado y Pregrado.
Descuentos especiales para grupos de empresas.

VALOR PROGRAMA:

\$120.000 CLP

CONTACTO:

Teléfono: +56 225 78 3463
E-mail: postgradocomunicaciones@udd.cl

¡Inscríbete!

La Universidad se reserva el derecho de dictar o no el programa, según contingencia o motivo de fuerza mayor. Así mismo, las fechas, cursos y profesores detallados en el presente programa pueden variar por motivos de fuerza mayor, y de ocurrir, será notificado oportunamente a sus alumnos.



LifelongLearning **UDD**

El valor de la formación sin límites