

Autogestión de redes sociales y marca personal.

Contenidos

Encuentro 1: El nuevo ecosistema digital

- Cómo cambió la comunicación.
- Redes sociales como herramienta profesional.
- Instagram, TikTok, LinkedIn, Facebook y YouTube.
- Audiencias, comunidades y clientes.
- Tendencias actuales en consumo digital.
- Diagnóstico inicial de perfiles.

Actividad: Análisis de perfiles y objetivos personales.

Encuentro 2: Marca personal y posicionamiento

- Qué es una marca personal.
- Diferenciación y propuesta de valor.
- Definición de público objetivo.
- Cómo encontrar una voz propia.
- Optimización estratégica del perfil.

Actividad: Rediseño de perfil profesional.

Encuentro 3: Identidad visual y diseño de marca

- Qué comunica una marca antes de hablar.
- Principios básicos de diseño.
- Psicología del color.
- Tipografías y personalidad de marca.
- Estilos visuales.
- Referentes e inspiración.

Actividad: Construcción de moodboard e identidad visual.

Encuentro 4: Diseño para redes sociales

- Diseño aplicado a Instagram y otras plataformas.
- Jerarquías visuales.
- Composición.
- Plantillas y sistemas visuales.
- Canva como herramienta profesional.
- Errores frecuentes de diseño.

Actividad: Creación de plantillas para publicaciones e historias.

Encuentro 5: Estrategia de contenidos

- Qué publicar y por qué.
- Contenidos que informan. Contenidos que educan.
- Contenidos que entretienen. Contenidos que inspiran.
- Contenidos que venden.
- Territorios de contenido.

Actividad: Mapa de contenidos personal.

Autogestión de redes sociales y marca personal.

Contenidos

Encuentro 6: Storytelling, copywriting e ia

- Cómo captar atención.
- Storytelling aplicado a redes.
- Estructuras narrativas.
- Copywriting para publicaciones.
- Llamados a la acción.
- IA aplicada a la creación de contenidos.
- Uso estratégico de ChatGPT.

Actividad: Creación de publicaciones con IA.

Encuentro 7: Planificación y organización

- Cómo organizar una estrategia mensual.
- Calendario de contenidos.
- Automatización básica.
- Herramientas de gestión.
- Gestión del tiempo para creadores y profesionales.

Actividad: Planificación de un mes completo de contenidos.

Encuentro 8: Métricas y proyecto final

- Cómo interpretar estadísticas.
- Alcance.
- Interacciones.
- Comunidad.
- Conversión.
- Qué medir según cada objetivo.

Trabajo final:

Presentación de una estrategia integral de comunicación digital que incluya:

- Marca personal.
- Identidad visual.
- Estrategia de contenidos.
- Calendario mensual.
- Ejemplos de piezas diseñadas.
- Objetivos y métricas.