



## TALLER

# Relaciones públicas y su evolución en la era digital

El mundo digital siempre necesita  
un plan de Relaciones Públicas



## DE OFFLINE A ONLINE...

Las Relaciones Públicas han cambiado. A pesar de que el mundo *offline* jamás va a desaparecer, la potencia con la que el *online* ha crecido, nos invita a experimentar en ello y crear nuevas herramientas de posicionamiento. Es momento de transformar el modelo de comunicación unilateral a uno bilateral, donde podamos conectar con el público objetivo, creando relaciones que perduren en el tiempo.

Aprende a desarrollar estrategias enfocadas en crear una impresión positiva en medios digitales y así poder consolidar la presencia *online* de una persona, marca o empresa.

---



## | Dirigido a

Profesionales de la comunicación, la mercadotecnia y las relaciones públicas con conocimiento básico de redes sociales.

## | Objetivos

- Conocer diferentes medios electrónicos y plataformas vinculadas al sector de interés.
- Desarrollar nuevas tácticas de comunicación para medios digitales.
- Desarrollar estrategias digitales para consolidar la imagen de marca.

## | Duración

5 módulos

5 sesiones de 4 horas

**TOTAL: 20 horas**

Viernes de 16:00 a 20:00 horas



# Temario

## **MÓDULO 1. QUÉ SON LAS RELACIONES PÚBLICAS Y SU TRANSFORMACIÓN EN LA ERA DIGITAL**

1. Fundamentos de relaciones públicas
2. Qué es una marca
3. Relaciones públicas en la era digital
4. Identificación de medios digitales
5. Rol y perfil de medios digitales

## **MÓDULO 2. QUIÉNES SON LAS AUDIENCIAS Y CÓMO IMPACTAR EN SUS MENSAJES**

1. Identificación de público objetivo y construcción de buyer persona
2. Desarrollo de storytelling

## **MÓDULO 3. ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA**

1. Creación de objetivos
2. Funnel de conversión
3. Aprendiendo a conceptualizar

## **MÓDULO 4. POSICIONAMIENTO EN MEDIOS DIGITALES**

1. Tipos de branding
2. Desarrollo de branding
3. Voz de marca

## **MÓDULO 5. TRANSMISIÓN DE MENSAJES QUE FAVOREZCAN LA PERCEPCIÓN DE MARCA**

1. Categorías de medios
2. Adecuación y elección de medios
3. Plan de medios
4. Percepción y reputación
5. Comunicación en tiempos de crisis

## **MÓDULO 6. DISRUPCIÓN EN LA ESTRATEGIA DIGITAL**

1. Uso y asociación de influencers digitales
2. Eventos como parte de una estrategia
3. Acciones de conexión entre online y offline

