



UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

Storytelling y Contenido Transmedia

TEMARIO

El contenido como protagonista

Content Marketing: el contenido como fin y como medio para alcanzar objetivos comerciales. El rol del contenido en el Funnel de Conversión. ¿Qué particularidades tiene hoy?: los formatos transmedia, multiplataforma y on-demand.

Storytelling, el arte de contar historias

¿Qué es el storytelling? ¿Qué beneficios tiene para la marca?. La importancia de involucrar y emocionar al prosumidor. Desarrollo de storytelling transmedia.

Viralidad o cómo lograr un afecto contagio con nuestra marca

Viralidad, ¿existe una fórmula única para generarla? Las claves del contagio: qué comparten los consumidores. Cómo impacta el contenido orgánico en la circulación del mensaje.

Homo ludens, el juego como mecanismo de engagement

¿Qué es la gamificación?: su utilidad dentro de la empresa y para la marca. La implementación de nuevas tecnologías para estimular el juego: realidad virtual y aumentada y la incorporación de aplicaciones.

CRONOGRAMA DE CLASES

Clase 1	El contenido es la estrella de la estrategia de comunicación, es fin y a la vez medio para alcanzar objetivos comerciales. El content marketing y su rol en el Funnel de Conversión. ¿Qué particularidades tiene hoy el contenido?: formatos transmedia, multiplataforma y
Clase 2	¿Qué es el storytelling? ¿Qué beneficios tiene para la marca narrar historias?. La importancia de entregar valor y emocionar al prosumidor para involucrarlo. Desarrollo se

Clase 3	Viralidad: ¿existe una fórmula única para infectar a los clientes? Las claves del contagio: la el valor práctico y la moneda social, pilares clave. Cómo impacta el contenido orgánico
Clase 4	¿Qué es la gamificación?: su utilidad para la marca y el cliente. El juego como mecanismo de engagement: conquistando al homo ludens. La implementación de nuevas tecnologías para estimular el juego: realidad virtual y aumentada y la incorporación de aplicaciones