



## Módulo en Estrategias de Comunicación Digital para Instituciones

### PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES

DÍA 1	DÍA 2	DÍA 3
Actividad1	Actividad 2 Actividad 3	Actividad 3 Actividad 4

#### Profesora. María García Quintana

##### Breve descripción del perfil:

Licenciada en Periodismo y Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid y Master en E-Business y marketing online en ICEMD/ESIC. Especializada en Marketing Digital, estrategias en RRSS y transformación digital.

Es profesora universitaria en **UDIMA** (Universidad a Distancia de Madrid) y **CEF Business School**. También en la **EAE**, Escuela de Finanzas **EFBS** y en diferentes empresas e instituciones como el Ministerio de Educación y Formación Profesional. Es socia fundadora de Marak Digital Marketing, agencia Google Partner.

Marak es una agencia boutique especializada en estrategias digitales que lleva más de quince años desarrollando estrategias online para clientes como **ICEX**, **Grupo CEF-UDIMA**, **Bausch and lomb**, **CNE Ecuador**, **Privata**, etc. Los servicios que ofrecen están organizados en cuatro áreas principales: Estrategias Digitales, Transformación Digital en el tercer sector, Proyectos Europeos Erasmus + y Formación. Colabora como partner en el área digital de la agencia IMAXE.

[www.marak.es](http://www.marak.es)

<https://www.linkedin.com/in/mariagquintana/>

## Recursos de aprendizaje y conocimiento

### **Actividad 1: Lectura**

Lectura detallada de la guía diseñada para este curso, el documento en pdf se encuentra en el aula virtual.

### **Lecturas complementarias**

Igualmente, tendréis a disposición lecturas complementarias con las que podéis profundizar en alguno aspectos destacados de la materia.

## **Clases y Conferencias**

### **Actividad 2: Conferencia Online**

#### **“Plan de Comunicación Digital en las Instituciones y sus principales Herramientas”**

Será una conferencia online donde se mostrará la importancia de la Transformación Digital en las Instituciones y Administraciones Públicas, así como la ejecución del Plan de Comunicación Digital con sus principales herramientas

## **Evaluación**

### **Actividad 3: Foros**

- **Caso Práctico: Canales Digitales Administraciones Públicas**

Elegid un ejemplo de medios propios, uno de medios pagados y uno de medios ganados de una Institución o Administración Pública de vuestros países. Y subid el pantallazo (screenshot) de cada uno de ellos al foro.

- **Caso Práctico Twitter: Herramienta Búsqueda Avanzada**

Utilizad la herramienta búsqueda avanzada de Twitter. Y subid el pantallazo (screenshot) de los ejemplos al foro.

### **Actividad 4: Cuestionario preguntas cerradas**



Módulo 13: Estrategias de Comunicación Digital para Instituciones - Prof. María García Quintana.

Se responderán las 10 preguntas cerradas como evaluación final.