

INNOVATION ACADEMY

MARKETING DIGITAL +
SOCIAL MEDIA + INNOVACIÓN
+ DISRUPCIÓN +
CREATIVIDAD

Bootcamp_

+16/ HRS_ DE CONTENIDO
ahora en versión onlive - online



03/ MODALIDADES_ DE ESTUDIO

+16/ HRS_ DE CONTENIDO

ahora en versión onlive - online

Después de nuestra experiencia educativa e impartir sesiones en IAB México (Interactive Advertising Bureau), Tec de Monterrey, UNAM, CENTRO diseño cine y televisión, Universidad Anáhuac, Centro ADM, Miami Ad School, Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación y centros de experimentación digital en todo el país; hemos fusionado la metodología DesignThinking + Lean + Flipped Classroom + Mashup + Disruptive Thinking + Inteligencias Múltiples + Gamificación + Sprint Process + Design Sprint + nuestra metodología Creative Black Learning; para crear la máxima experiencia de aprendizaje creativo en este Bootcamp.

OBJETIVO_

- + Crearás una estrategia digital soportada en los cimientos de propuesta de valor, innovación, persona y planeta, de manera que, podrás establecer y alcanzar objetivos factibles.
- + Materiales educativos incluidos.
- + Recibirás freebies y servicios de vuelta de hasta \$4,000 pesos.

IMPARTEN: _



FERNANDA ROCHA

Blackbot/ Co Founder & CXO

Life hacker, genius-level of intellect 185 IQ, funny girl, kinda geek, kinda sarcastic, almost human.

[f /mariafernandarochaangeles](#)

[t @fernandarosh](#)



JON BLACK

Blackbot/ Co Founder & CEO

Creative business Jedi, strategy, curador, blogger, podcaster, trend consultant, UX design mogul digital maker, TEDx speaker.

[f jonathanalvarezgonz](#)

[t @jonathanalvarez](#)



Estudia de forma **INTENSIVA** pero con objetivos alcanzables en 3 modalidades:

Uno de los pretextos que escuchamos muy a menudo sobre por qué la gente no se capacita es el tema del **tiempo**, así que creamos este programa pensando para que en **tan sólo 16 horas** puedas crear no solo una nueva estrategia sino **transformar y/o rediseñar tu modelo de negocio**.

POR CURSO	POR MÓDULO	COMPLETO
<ul style="list-style-type: none">+ Aprende una habilidad en particular+ Aprende a tu ritmo con la sesión online+ Accede a los formatos descargables	<ul style="list-style-type: none">+ Aprende métodos, procesos e implementación sobre una temática en particular+ Aprende a tu ritmo con la sesión online y verifica tus habilidades con la sesión onlive+ Accede a los formatos y libros descargables	<ul style="list-style-type: none">+ Accede a todos los módulos con sus sesiones online + retos (tareas y entregables a resolver)+ Todos los métodos y herramientas+ Todas las presentaciones+ Checkpoints de asesoría y revisión de avances+ Todos los libros



SI ESTUDIAS POR CURSO_

- + **CURSO INDIVIDUAL** ¿Cómo hacer campañas en Google Ads?
Aprende a crear campañas efectivas de búsqueda en Google Ads.
- + **CURSO INDIVIDUAL** ¿Cómo hacer campañas en Facebook Ads?
Aprende a crear diferentes tipos de campañas efectivas en Facebook Ads
- + **CURSO INDIVIDUAL** ¿Cómo hacer campañas en YouTube?
Aprende a crear campañas efectivas de YouTube.
- + **CURSO INDIVIDUAL** ¿Cómo hacer una campaña de Email Marketing?
Aprende a crear una campaña de e-mailing con ayuda de Mail Chimp.
- + **CURSO INDIVIDUAL** ¿Cómo hacer una campaña en LinkedIn?
Aprende a crear campañas efectivas en LinkedIn Ads.
- + **CURSO INDIVIDUAL** ¿Cómo hacer una campaña en Twitter?
Aprende a crear campañas efectivas en Twitter Ads.





SI ESTUDIAS POR MÓDULO_

- + **MÓDULO INDIVIDUAL** ¿Cómo crear una propuesta de valor?
Aprende a crear una propuesta de valor centrada en el planeta, compatible con los humanos y sostenible para tu negocio.
- + **MÓDULO INDIVIDUAL** ¿Cómo crear nuevos modelos de negocio?
Aprende a crear nuevos modelos de negocio utilizando el Canvas Model Business.
- + **MÓDULO INDIVIDUAL** ¿Cómo crear una estrategia?
Aprende a crear una estrategia con objetivos SMART, KPI's y un plan de trabajo ejecutable.
- + **MÓDULO INDIVIDUAL** ¿Cómo crear contenido?
Aprende a contar historias y crear contenido de valor.



SI CURSAS TODO EL INSANITY BOOTCAMP_

A_ Contexto

1. Diferenciación de social media vs social network
2. Las ventajas de los medios sociales
3. Audiencias vs Humanidad
4. Método POST (Forrester)

B_ El fin de los productos / servicios; el levantamiento de las propuestas de valor

1. Encontrando al humano vs consumidor-usuario
2. Creación de propuestas de valor (no productos o servicios)
3. Netnografía
4. Creación de una propuesta de valor

C_ Nuevos modelos de negocio

1. Roadmap de los nuevos modelos
2. Modelo de creación Canvas Model Business aplicado a la estrategia
3. Haciendo una investigación de mercado digital en tiempo real
4. Benchmarking Digital
5. E-Commerce
6. Blockchain
7. Criptomonedas



D_ Estrategia

1. Bases del diseño de futuros
2. Creación de una estrategia completa de marketing digital basada en la propuesta de valor
3. Dirección
4. Elementos tácticos de una estrategia (página web, landing page, app, etc.)
5. Tendencias
6. Métricas
7. Análisis
8. Optimización

a) EL INICIO

9. ¿Qué contiene un “briefing” para una propuesta digital? (página web, social media, brandbook / ID digital)
10. Objetivo versus estrategia versus táctica

b) KEY PERFORMANCE INDICATORS

11. ¿Qué son los KPI´s (Key Performance Indicators)?
12. KPI´s de Facebook
13. Facebook Insights
14. KPI´s de Twitter
15. KPI´s de Youtube y Youtube Analytics
16. Estructura de un reporte de SM y su periodicidad
17. Se pueden descubrir tendencias

E_ Content Marketing

1. Diseño de storytelling (metodología)
2. Contenido original
3. Contenido curado
4. Contenido comercial
5. Definición de contenido: stock, flow, ongoing, comercial y conversación

a) CATÁLOGO DE CONTENIDO

6. Infográficos
7. Imágenes
8. Historias y noticias
9. Videos
10. Tutoriales
11. Podcast
12. Branded content
13. Snappers
14. Matriz de uso de contenido
15. Casos de Éxito

b) OBJETIVOS DEL CONTENIDO

c) ELEMENTOS DE UN BUEN CONTENIDO

d) CONVERSIÓN EN CONTENIDO



F_ Administración de Contenido

1. ¿Qué es un Community Manager y cuáles son sus tareas?
2. Creación de un calendario editorial
3. Publicación y herramientas de publicación
4. Propiedades digitales
5. Herramientas de escucha
6. Conversación

a) FACEBOOK

7. El futuro de la privacidad
8. La diferencia entre un perfil y una “Fan Page”
9. Objetivos generales de Facebook
 - Diversión
 - Información
 - Promoción
 - Branding
 - Ventas
10. Estrategias orgánicas para Facebook
 - El estado del reach orgánico
11. Facebook Ads

b) INSTAGRAM

12. ¿Qué es Instagram?
13. ¿Porqué es diferente a Facebook?
14. Estrategias para Instagram
 - Hashtags
 - Imágenes
 - Interacción entre marcas

c) BLOGS

15. Características generales de un Blog
16. Frecuencia de un Blog
17. Temas principales, relacionados y esporádicos
18. ¿Cómo crear una entrada de Blog?
19. Contenido, Tráfico, Conversión
20. ¿Cómo monetizar un Blog?
21. Posicionamiento orgánico

d) REPUTACIÓN DIGITAL

22. Influencers / Trenders

e) MANEJO DE CRISIS



G_ Planeación de la Campaña

1. Objetivos de la campaña
2. Pasos para realizar un plan de inversión en medios digitales
3. Objetivos estratégicos del Ad planner
4. Objetivos de campaña, mix de medios y target
5. Arquitectura, formatos y recomendaciones para diseñar los anuncios
6. Mapeo estratégico: proyección de inversión, pronóstico de alcance, frecuencia de anuncios, tablas progresivas,
7. diferencias y montos
8. E-research: Investigación de oportunidades, filtros y segmentos
9. Modelos predictivos y procesos de seguimiento
10. Google Business

H_ Activación de Campaña

(ejercicio práctico, se recomienda que lleven una tarjeta de débito/crédito para poder invertir en sus campañas en tiempo real)

1. Objetivos para una campaña de performance
2. Estrategia y configuración de anuncios en Google Ads (search)
3. Estrategia y configuración de anuncios en Google Ads (display)
4. Estrategia y configuración de retargeting (Google)
5. Estrategia y configuración de campañas en YouTube
6. Estrategia y configuración de anuncios en Facebook
7. Estrategia y configuración de campañas en LinkedIn
8. Estrategia y configuración de anuncios en Twitter
9. Estrategia e integración de campañas de email marketing
10. Gestión de campañas con influencers y celebrities
11. Buenas prácticas: optimización, versioning y plataformas de a/b testing
12. Conversion Rate Optimization (aumentar el rendimiento de nuestras campañas)



INVERSIÓN_

POR CURSO	POR MÓDULO	COMPLETO
\$ 999 <i>Sesión 100% online de 2 a 3 horas</i>	\$ 3,999 <i>Sesión onlive-online de 3 a 5 horas</i>	\$ 9,999 <i>Disfruta de todo el contenido disponible + de 16 horas</i>
Aprende una habilidad en particular	Aprende métodos, procesos e implementación sobre una temática en particular	Accede a todos los módulos con sus sesiones online
Aprende a tu ritmo con la sesión online	Aprende a tu ritmo con la sesión online y verifica tus habilidades con la sesión onlive	Todos los retos (tareas y entregables a resolver)
Accede a los formatos descargables	Accede a los formatos y libros descargables	Todos los métodos y herramientas
		Todas las presentaciones
		Checkpoints de asesoría y revisión de avances
		Todos los libros
		Asesoría de proyecto final

FACILIDADES DE PAGO_

Puedes pagar a través de transferencia electrónica, depósito bancario, tarjetas de débito y crédito, además contamos con:



Hasta 6 meses sin intereses

Solo en versión completa

- + Pagando con cualquier TC
- + Disfruta de 6 meses sin intereses pagando con cualquier tarjeta de crédito Visa, American Express o MasterCard.



Descuento especial para equipos

A partir de 5 personas

- + Si quieres inscribir a 5 personas recibe un descuento especial.



by **BlackSchool_** 

INGANITY[®]

Bootcamp_



Cualquier información adicional puedes mandarnos un email a fernanda@blackbot.rocks o un WhatsApp al [558395959](https://www.whatsapp.com/business/profile/558395959)