

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO



TÍTULO:

**ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA LA CREACIÓN DE
LA MARCA PERSONAL: “CHACON MUSIC”.**

PRESENTADO POR:

SALVADOR ANTONIO CASTILLO CHACON

CARNÉ:

CC14066

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN
MEDIOS DIGITALES Y REDES SOCIALES PARA OBTENER EL
TÍTULO DE LICENCIADO EN PERIODISMO.**

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ.**

**COORDINADOR DEL PROCESO DE GRADO
MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO.**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA,
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA,
SEPTIEMBRE DE 2022.**

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL
SALVADOR**

RECTOR

MAESTRO. ROGER ARMANDO ARIAS.

VICERRECTOR ACADÉMICO

PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ.

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

INGENIERO. JUAN ROSA QUINTANILLA.

SECRETARIO GENERAL

INGENIERO. FRANCISCO ALARCON.

FISCAL GENERAL

LICENIADO. RAFAEL HUMBERTO PEÑA LARÍN.

**DEFENSOR DE LOS DERECHOS
UNIVERSITARIOS**

LICENCIADO. LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE.

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y
HUMANIDADES**

DECANO

MAESTRO. ÓSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS.

VICEDECANA

MAESTRA. SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO.

SECRETARIO DE LA FACULTAD

MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO.

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE
PERIODISMO**

JEFE DE DEPARTAMENTO
MAESTRO. CARLOS ERNESTO DERAS.

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN
MAESTRO. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO.

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
LICENCIADA. SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ.

AGRADECIMIENTOS

La vida me ha llevado por un sinfín de retos desde muy joven y quizá 6 años atrás nunca hubiera imaginado que estaría a un paso de graduarme de una de las universidades con un gran legado en el país. Siendo el segundo hijo de tres de la Familia Chacon, es un orgullo ser el primero en alcanzar el nivel grado de Licenciatura en muchas generaciones atrás.

Le agradezco primeramente a Dios y mi madre, quienes han sido pilares en mi vida y que a pesar de muchas adversidades; me han apoyado hasta mi última clase en la universidad y han creído en el potencial que tengo para los estudios. Mi hermano, Juan Carlos; a quien le doy las gracias por el apoyo fundamental que ha sido para la familia justo al salir de su bachillerato, y que siempre ha estado cuidando de mi en las buenas y las malas. También quiero agradecer a la familia Marsh por ayudarme en mis días difíciles y sobre todo a mi hermana Kelly por ese apoyo incondicional.

Con ello, no puedo dejar de lado a quienes me han acompañado en la formación académica desde educación inicial hasta la superior, y que ha sido a través del sistema de educación pública, agradeciendo a todos aquellos docentes y comunidad educativa quienes han dejado un legado imborrable en mi persona, sin dejar de lado el humanismo y no olvidar de dónde venimos.

INDICE

CONTENIDO	Nº DE PÁGINA
RESUMEN	- 8 -
INTRODUCCIÓN	- 9 -
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA	- 10 -
Logo de la marca	- 10 -
OBJETIVOS DE LA MARCA.....	- 11 -
Objetivos generales.....	- 11 -
Objetivos específicos.....	- 11 -
KPI's a medir.....	- 11 -
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA.....	- 12 -
SERVICIOS	- 12 -
FODA	- 13 -
Fortalezas.....	- 13 -
Oportunidades.....	- 13 -
Debilidades	- 13 -
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y REPORTE	- 14 -
MIKE F - OFICIAL.....	- 14 -
LeXeDIT.....	- 15 -
DJ YULIOS	- 15 -
DJ SAMUEL ALVARES.....	- 16 -
BUYER PERSONA	- 17 -
BUYER PERSONA 1	- 18 -

BUYER PERSONA 02	- 19 -
BUYER PERSONA 03	- 20 -
CANALES DIGITALES Y LÍNEA DE CONTENIDO	- 21 -
Facebook.....	- 21 -
CALENDARIO DE PUBLICACIONES	- 21 -
REFERENCIAS	- 33 -

RESUMEN

El trabajo muestra cuales son los pasos que deben ejecutarse para crear y luego dar a conocer la marca personal al público general, basándose en técnicas y herramientas, utilizando los nuevos medios y canales publicitarios digitales como Internet, el móvil o el Internet de las cosas. Por tal motivo, una persona puede construir su propia marca y ofrecer sus servicios o productos dependiendo de sus conocimientos y su experiencia a nivel laboral y profesional, para poder brindar la oportunidad de mostrar a un potencial comprador cuales son nuestras fortalezas y habilidades que la competencia no posee. Para el desarrollo de nuestra marca personal, en un primer momento se necesita crear una estrategia digital de marketing, la cual consiste en diseñar un plan de acción desde la creación del logo, de la marca hasta la propuesta final de un calendario de contenido para las redes sociales, todo con el fin de cumplir los objetivos trazados al inicio del proceso. La meta del trabajo es mostrar cuales son los conocimientos y la experiencia que se ofrece en la rama de las comunicaciones en conjunto con el Marketing Digital. En resumen, crear la estrategia con los puntos clave determinará que nuestra marca logre el posicionamiento deseado dentro del mercado específico, hasta poder convertirse en un referente en las redes sociales previamente analizadas y seleccionadas.

Palabras clave: Música; Consulta; Marketing Digital; Posicionamiento; SEO; Estrategia de Marca; Comunicaciones.

INTRODUCCIÓN

A partir de la evolución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y el auge de la internet y Redes Sociales, se ha habilitado nuevos canales de difusión de contenidos, ya sea informativos, entretenimiento, noticiosos y comerciales; en este contexto, también ha existido un cambio en las formas de comunicar.

Entre los nuevos canales de comunicación se pueden encontrar clasificaciones como blogs, wikis, etc., que usados conjuntamente permiten una potencia interacción de cientos de miles de personas con las mismas inquietudes (o necesidades).

En ese sentido, el marketing son las herramientas que utiliza la empresa para implementar las estrategias de Marketing y alcanzar los objetivos establecidos. Para el caso, entenderemos el Marketing Digital como el conjunto de principios y prácticas cuyo objetivo es potenciar la actividad comercial, centrándose en el estudio de los procedimientos y recursos tendientes a este fin.

Este documento es la puesta en marcha de la “Estrategia de marketing digital para la creación de la marca personal “Chacon Music”, que incluye el proceso desde la planificación y ejecución de una estrategia digital, sus objetivos, los servicios ofertados, FODA, análisis de la competencia, entre otros, con el propósito de ayudar a las empresas, emprendimientos o marcas individuales a mejorar o incrementar sus niveles de venta y de interacción con el público en redes sociales, primordialmente en la red social Facebook.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

En un entorno digital que evoluciona día con día y la importancia de adaptarnos a las nuevas demandas de los usuarios y el acercar tus productos o servicios a la palma de sus manos nace esta idea con el objetivo de ayudarle a hacer el trabajo más fácil a otros djs o cualquier institución que requiera mis servicios de edición, creación y masterización de música.

Tomando en cuenta el auge de las Redes Sociales, Facebook es una de las redes sociales en la actualidad que permite un mejor acercamiento entre los usuarios, así como el perfil de personas que usan esa red social se acerca más al público objetivo.

Logo de la marca



OBJETIVOS DE LA MARCA

Objetivos generales

- a) Dar a conocer mis servicios a 20,000 personas en un mes.
- b) Mejorar la visibilidad de los servicios a través de la construcción de relaciones entre otros djs y sus clientes en Facebook.

Objetivos específicos

- a) Incrementar el tráfico de usuarios en la página de Facebook para llegar a clientes potenciales.
- b) Definir una línea de publicación de contenido de valor para motivar la interacción y fidelidad del público.
- c) Identificar y reforzar el tipo de contenido de preferencia de los usuarios.
- d) Identificar nuevos canales de comunicación de acuerdo con los intereses de la audiencia.

KPI's a medir

- a) Porcentaje de nuevos seguidores
- b) Impresiones del perfil
- c) Porcentaje de nuevos Me Gusta
- d) Visualizaciones de los Reels
- e) Comentarios
- f) Publicaciones con más Me Gusta
- g) Participación en encuestas
- h) Respuestas a Historias

DESCRIPCIÓN DE LA MARCA

DJ Chacon es un proyecto que lleva 7 años en el ámbito siendo DJ de discomóvil, DJ de bodas y DJ de Club y Bares del todo El Salvador.

Viendo la necesidad de que los DJs suenan las mismas versiones de las canciones decidió crear sus propios remezclas. Actualmente pertenece a la tienda de remezclas californiaremix.com.

Además, me dedico a crear cursos de formación para otros dj que quieran aprender a crear sus propios remezclas.

SERVICIOS

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
Remezclas	Versiones especiales de las canciones listas para ser mezcladas en fiestas.
Cursos	técnicas y da consejos, además de enseñar paso a paso a crear un remezcla.

FODA

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa.

Desde este punto de vista la palabra FODA es una sigla creada a partir de cada letra inicial de los términos mencionados anteriormente. En el caso de esta estrategia de marca personal, identificamos los siguientes aspectos:

Fortalezas

- 7 años de experiencia como dj
- Conocimiento del mercado

Oportunidades

- Aprender otro idioma puede generar más conexiones con djs del habla inglesa
- Crear re-mezclas de música anglosajona

Debilidades

- Movilidad física limitada al área de San Salvador
- Recurso humano limitado
- Recursos económicos limitados

Amenazas-

- Surgimiento de más competencia en el rubro
- Djs más grandes con acceso a mejores tecnologías.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y REPORTE

Parte fundamental para ofrecer un servicio de calidad a los clientes, es importante tomar en cuenta el mercado y estilos que funcionan.

Marca	Facebook	Instagram	TikTok	Youtube	SoundCloud	Web
MIKE F - OFICIAL	X	X	X	X	X	
LeXedit	X	X		X	X	X
DJ Yulios	X			X		
DJ Samuel Alvares	X			X		

Fuente elaboración propia.

MIKE F - OFICIAL

<https://www.facebook.com/MIKEFOFICIALPACK>

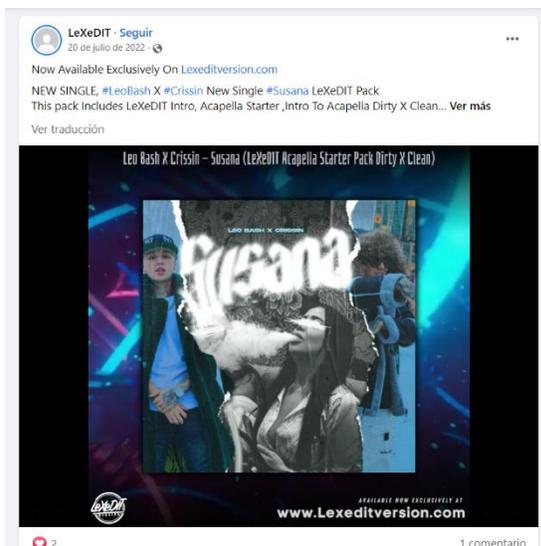
MIKE F No tiene línea grafica pública más videos que fotografías. publica sus remezclas con un enlace para descargar. utiliza el mismo video en las otras redes sociales. Publica cada 3 días. Análisis creado de mayo a agosto de 2022



LeXeDIT

<https://www.instagram.com/lexeditofficial/?hl=en>

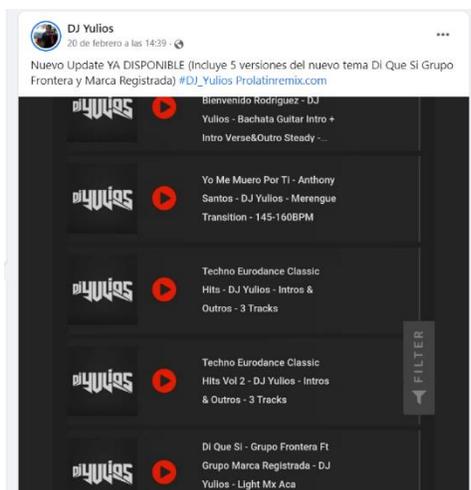
LeXeDit publica más video en su canal de YT en las otras redes sociales publica una vez al mes. Sube animaciones de sus remezclas. Si tiene línea gráfica. Análisis creado de mayo a agosto de 2022



DJ YULIOS

<https://www.facebook.com/djyulios>

DJ Yulios no tiene línea gráfica, sus publicaciones son fotos de sus nuevos remezclas. combina su vida personal con su perfil de dj. No obtiene comentarios. publica cada 5 días Análisis creado de mayo a agosto de 2022



DJ SAMUEL ALVARES

<https://www.facebook.com/DjsamuelAlvarezUR>

DJ Samuel si tiene línea gráfica, público contenido diferente en cada red social generalmente enlaces a sus videos en YT. Pública cada día

Análisis creado de mayo a agosto de 2022



BUYER PERSONA

El Buyer Persona es el tipo de cliente ideal que como marca o empresa debemos alcanzar. Se elabora a través de un perfil previamente investigado en aspectos muy puntuales que permiten tener un mayor acercamiento al cliente que queremos capturar.

Esta representación ficticia del cliente ideal nos permite diseñar estrategias y acciones adecuadas. Con el buyer persona etiquetamos a nuestros clientes potenciales dándoles nombres, aspectos sociodemográficos, personalidad, comportamientos, dolores, motivaciones e incluso su manejo dentro de las redes sociales.

Target queda sólo a nivel de información personal como: Edad, el sexo, lugar de residencia, nivel educativo y socioeconómico, estado familiar, entre otros. Sin embargo, cuando hablamos de buyer persona, este profundiza aún más y logra capturar información más detallada como: profesional (tipo de trabajo), jefe (quién es su jefe, cómo es un día en su trabajo), empresa (que tipo), cosas da valor (miedos, objetivos, retos), personalidad pasatiempos, forma de ser, datos negativos y positivos, etc.

BUYER PERSONA 1



CARLOS HERNÁNDEZ

DJ DE DISCOTECA FUEGO

Bio:

Carlos es un dj de discoteca que trabaja de miercoles a domingo como dj y necesita remixes nuevos cada semana para no hacer la misma presentación cada noche. Nació en 1990

Datos Personales:

Carlos tiene 28 años de edad, Estado civil: soltero, Nivel de estudio: Tecer ciclo, Trabajo: DJ de Discoteca, Ingresos: \$200 a \$400 , Vive: en casa propia en El Salvador

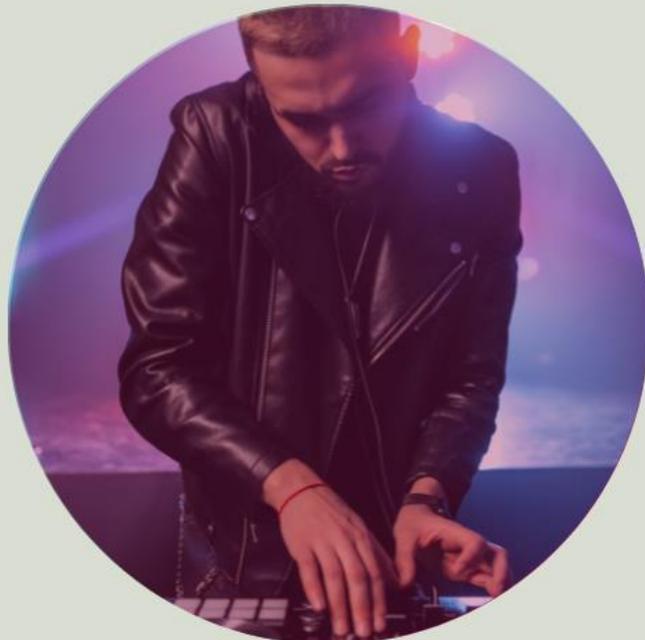
Objetivos y metas

- Ofrecer una experiencia musical diferente cada día de trabajo.
- No hacer monotonía en la discoteca
- Tener un estilo único.

Síguelo en



BUYER PERSONA 02



LUIS CASTRO

DJ DE RADIO

Bio:

José es un dj de radio juvenil, tiene 25 años de edad, lleva 2 años en la radio como dj host de un programa.

Datos Personales:

Carlos tiene 24 años de edad, casado sin hijos, con estudios universitarios, Ingresos de \$350 mensuales, Vive: en casa propia en San Salvador

Objetivos y metas

- Tener estilo de mezclas
- Música rebuscada y muyailable
- Mantener a la audiencia actualizada con lo más nuevo de la música.

Síguelo en



BUYER PERSONA 03



JOSÉ PÉREZ

DJ DE EVENTOS SOCIALES

Bio:

José es un dj de discomovil pequeña para bodas y 15 años. ya tiene 4 años trabajando como dj de eventos sociales. tiene que seleccionar la música muy bien.

Datos Personales:

Carlos tiene 30 años de edad, casado con dos hijos, con estudios universitarios, Ingresos de \$150 a \$400 mensuales, Vive: en casa propia en Latino America

Objetivos y metas

- Ofrecer calidad en cada presentación
- Música rebuscada y muyailable
- Tener un estilo único.

Síguelo en



CANALES DIGITALES Y LÍNEA DE CONTENIDO

Facebook

Facebook es una de las redes sociales en la actualidad que permite un mejor acercamiento entre los usuarios, así como entre empresas y sus clientes. Al ser un canal de difusión de contenido visual, permite en primer lugar que marcas o empresas muestren de mejor manera sus productos o servicios con videos (reels), historias, piezas gráficas, entre otros elementos en alta calidad.

Asimismo, al ser una aplicación móvil asegura inmediatez en la difusión de mensajes, lo que facilita la interacción de los públicos de manera instantánea. Gracias a la implementación de herramientas para negocios, Facebook permite a marcas o empresas conocer los avances y niveles de alcance, así como los niveles de interacción del público como resultado de la estrategia digital implementada.

El contenido siempre buscara aumentar las ventas de nuestro producto con humos y contenido que tenga que ver con nuestro tema de forma directa.

CALENDARIO DE PUBLICACIONES

Una vez finalizado el proceso de selección de las líneas de contenido y las prioridades del cliente, se procede a elaborar un calendario de publicaciones previos periodos establecidos. En este caso se realizará de manera quincenal, tomando en cuenta: Fecha (del 03 de octubre al 17 de octubre 2022) y horario de publicación, tipo de publicación, línea de contenido (valor o venta), copy o texto que acompañará la pieza gráfica, descripción y pieza gráfica.

CALENDARIO PUBLICACIONES FACEBOOK LUNES 03 DE OCTUBRE A LUNES 17 DE OCTUBRE

Día	Hora	Tipo de contenido	Razón del contenido	Copy	Descripción grafica
LUNES 03 de octubre	8:00 a.m.	Post en el feed	Venta	<p><i>¿Creas remixes, pero no suenan profesionales?</i> Inscríbete en mi curso para crear #remezclas de las canciones del momento.</p> <p>Para más info. Envíame un mensaje.</p>	 <p>APRENDE A CREAR TUS PROPIOS EDITS</p> <p>CLASES INDIVIDUALES PRESENCIALES - PRE-RECORDADAS</p>
	8:00 p.m.	Post en el feed	Difusión	<p>En el mundo del djing sonar con tu propio estilo te hace destacar de todos los djs. Suena único suena como tú.</p> <p>Comparte esta idea para que tus amigos djs la vean</p>	 <p>SE UNICO</p>
MARTES 04 de octubre	9:00 a.m.	Reel	Venta	<p>Ya puedes descargar una herramienta que he creado para obtener los samplers originales de las canciones.</p> <p>Ve al video y descubre como obtenerlo</p>	<p>VER EL REEL</p>

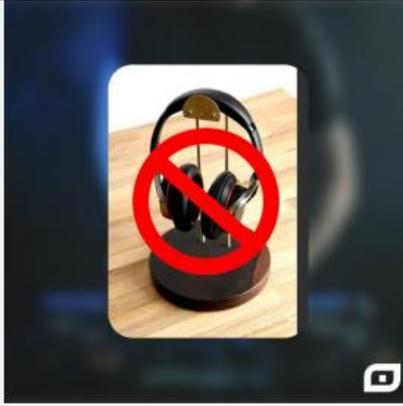
	8:00 p.m.	Post en el feed	Difusión	<p>¿Qué piensas tú es verdad o mentira? Deja en los comentarios que opinas.</p>	<p>Esto también debería considerarse como tocamientos indebidos.</p> 
MIÉRCOLES 05 de octubre	8:00 a.m.	Post en el feed	Venta	<p>Existen dos tipos de personas en el mundo, ¿de cual eres tú?</p> <p>En mi curso aprenderás a ser más rápido aprendiente los atajos del teclado. Déjame un mensaje para más info.</p>	
	8:00 p.m.	Historia	Interacción	<p>¿Sabes cuál es la nueva canción de Romeo Santos?</p>	<p>Historia con pregunta y respuesta si o no.</p>

	8:00 a.m.	Reel	Venta	<p>Tádate la mitad de tiempo creado edits. En este video te enseñó que proceso realizo para crear un edit de cumbia. Dale me gusta si te gustan este tipo de video.</p>	<p>VER REEL 2</p>
JUEVES 06 de octubre	8:00 p.m.	Post en el feed	Educación	<p>¿Sabes cómo usar un compresor? aquí te enseñó lo que necesitas saber para usarlo correctamente en tus remixes. Cualquier duda deja un comentario y con gusto te responderé</p>	
VIERNES 07 de octubre	9:00 a.m.	Post en el feed	Educación	<p>Existen muchas formas de usar side-chain en tus remezclas aquí te dejo el método que mejor funciona en los #Remixes. Utilizando LFOTool vst Dale compartir si te gusta este tipo de contenido.</p>	

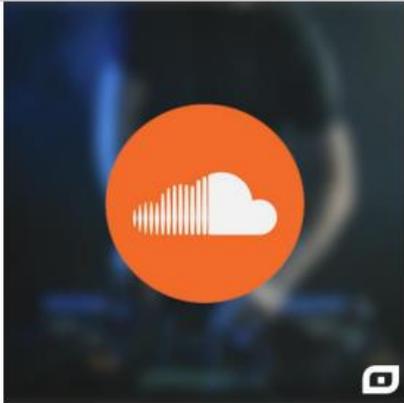
	8:00 p.m.	Post en el feed	Difusión	<p>Nuevos remixes ya disponibles en https://californiaremix.com/principal/home</p> <p>Escucha mi nueva actualización de remixes para octubre</p>	
SÁBADO 08 de octubre	8:00 a.m.	Historia	Interacción	¿Qué genero te gustaría que hiciera un remezcla?	Historia con pregunta y respuestas libres
	8:00 p.m.	Post en feed	Venta	<p>Aprende a usar correctamente los EQ que puedes usar en tus remezclas. Cada ecualizador añade un "color" diferente por lo tanto es importante escoger que tipo de eq añadirás a tu mezcla.</p>	

DOMINGO 09 de octubre	8:00 a.m.	Post en el feed	Venta	<p>Estas son las librerías de samplers que están incluidas en el curso de creación de intro outros.</p> <p>Aún hay cupos disponibles para aprender a crear tus propios edits.</p> <p>Envíame un mensaje para más info.</p>	
	8:00 p.m.	Historia	Difusión	<p>Conoce los bloques que deben de llevar tus remezclas.</p>	

LUNES 10 de octubre	8:00 a.m.	Post en el feed	Venta	<p>Obtén más de 4 horas de clases que puedes ver a la hora que tú quieras. Mi curso está pensado para que disfrutes las clases cuando quieras y donde quieras.</p> <p>Aún hay espacios disponibles, más info. por mensaje</p>	
	8:00 p.m.	Post en el feed	Difusión	<p>Obtén samplers exclusivos y únicos que he creado a lo largo de carrera como dj producer.</p> <p>Esto en mi nuevo curso para crear tus propios #Latinremixes</p>	
MARTES 11 de octubre	9:00 a.m.	Reel	Venta	<p>Este es el método que uso para obtener el bass de las canciones que estamos reeditando.</p> <p>Aprende ampliamente este método en mi curso, envía un mensaje para más información.</p>	<p>VER REEL 03</p>

	8:00 p.m.	Post en el feed	Venta	<p>¡Los proyectos FLPS que se crean en cada clase puedes verlos desde adentro!</p> <p>Obtén samplers -Proyectos FLPS y presets de mezcla en mi nuevo curso.</p> <p>Envíame un mensaje y te doy toda la información</p>	
MIÉRCOLES 12 de octubre	8:00 a.m.	Post en el feed	Difusión	<p>No necesitas tener equipo sofisticado para sonar profesional. Solo necesitas dedicar el tiempo suficiente para aprender algo nuevo cada día.</p> <p>Feliz miércoles</p>	
	8:00 p.m.	Historia	Venta	<p>Inscríbete en el curso para crear tus propios edits.</p>	

JUEVES 13 de octubre	8:00 a.m.	Reel	Venta	<p>Editar cumbias es muy difícil porque es música creada por músicos valga la redundancia es decir hay un toque humano en cada instrumento.</p> <p>Esto provoca que la canción pierda su bpm inicial en este video te enseño como resolver este problema.</p> <p>Este y otros temas en mi curso para aprender a crear #latinremixes, más info por mensaje.</p>	VER REEL 4
	8:00 p.m.	Post en el feed	Venta	<p>Aprende a usar un limitador en tus remixes. Dale el volumen final adecuado a cada edit que hagas, esto y más en mi curso de creación de remixes.</p> <p>Envíame un mensaje para más info.</p>	
VIERNES 14 de octubre	9:00 a.m.	Post en el feed	Educación	<p>¿Sabes que es el GAIN STAGING? Así es hablo de cuanto volumen darle a cada canal en el mixer.</p> <p>Aquí te enseñé un truco para saber cuándo volumen darle a cada canal.</p> <p>Lo que tienes que hacer es guiarte que tanto RMS tiene la canción original y tomar como referencia que volumen tiene cada sonido de la canción.</p> <p>Es decir si el kick de la canción está a -5 db tú también debes de dejar tu kick al mismo nivel de db's</p>	

	8:00 p.m.	Post en el feed	Difusión	<p>La mejor red social para mostrar tu remix para el público es SoundCloud ya que son menos estrictos con el tema de copyright y la calidad es aceptable</p> <p>#Latinremix #DJtips</p>	
SÁBADO 15 de octubre	8:00 a.m.	Historia	Interacción	<p>¿Quieres un pack de remixes gratis?</p>	<p>Historia con una pregunta con respuestas si o no</p>
	8:00 p.m.	Post en feed	Venta	<p>Mira una clase totalmente gratis y descubre lo que puedes aprender si te inscribes en el curso pensando para dj productores.</p> <p>Mira la clase aquí: https://www.youtube.com/watch?v=NHzbMSEAyoo&t=26s</p> <p>Envíame un mensaje para más info.</p>	

DOMINGO 16 de octubre	8:00 a.m.	Post en el feed	Venta	<p>Mi curso para aprender a crear edits está pensado desde cero no importa si no sabes utilizar el FL Studio yo te enseño.</p> <p>Aprende conmigo tengo más 7 años haciendo remixes para el mercado.</p> <p>Envíame un mensaje para más info.</p>	 <p>CUPOS DISPONIBLES</p> <p>INSCRÍBETE EN EL CURSO CREACIÓN DE INTROS OUTROS</p>
	8:00 p.m.	Historia	Difusión	<p>Pueden votar por cuál es tu daw favorito</p>	<p>Historia con opciones preestablecidas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - FL Studio - Ableton - Logic
LUNES 17 de octubre	8:00 a.m.	Post en el feed	Venta	<p>En el curso de producción aprenderás a crear tus propios edits de reguetón, cumbia, merengue y más.</p> <p>Envíame un mensaje para más información.</p>	 <p>APRENDE A CREAR TUS PROPIOS EDITS DE REGUETÓN, CUMBIA, MERENGUE Y MÁS.</p>

				<p>Los mejores remixes se hacen con dedicación y empeño.</p> <p>Lo bueno se tarde en llegar.</p>	
--	--	--	--	--	---

REFERENCIAS

Estrada, S. (agosto de 2021). Estrategias de Comunicación y Marketing Digital. San Salvador, El Salvador.

Fonseca, a. S. (13 de agosto de 2014). Marketing Digital en Redes Sociales. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=ibBEBAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Juan Castaño, S. J. (2016). Marketing Digital Comercio electrónico. Editex. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5WZeDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=P5&dq=marketing+digital+&ots=wKwHr394JI&sig=T39ipeTVNQVu6UJIM3S3A1zQJ0#v=onepage&q=marketing%20digital&f=false>

Leiva, M. R. (diciembre de 2016). FODA: Matriz o Análisis FODA – Una herramienta esencial para el estudio de la empresa. Obtenido de <https://www.analisisfoda.com/>