

Fotografía y Videos con Móviles para Redes Sociales(90 horas)

Unidad 1: Fundamentos de la fotografía y el video móvil (10 horas)

1. Introducción a la fotografía y el video con móviles.
2. Configuración básica de la cámara del móvil.
3. Principios de composición visual:
 - Regla de los tercios.
 - Perspectiva y ángulos.
4. Conceptos básicos de iluminación:
 - Uso de luz natural y artificial.
 - Equilibrio de blancos.

Unidad 2: Técnicas avanzadas de fotografía y video (20 horas)

1. Fotografía móvil avanzada:
 - Modos manuales: enfoque, exposición, ISO.
 - Fotografía nocturna y en movimiento.
2. Grabación de videos con móviles:
 - Técnicas de estabilización.
 - Uso de efectos como cámara lenta y time-lapse.
3. Introducción a la narrativa visual:
 - Cómo contar historias con imágenes y videos.

Unidad 3: Edición de fotografías y videos con aplicaciones móviles (25 horas)

1. Herramientas de edición de fotos:
 - Uso de Snapseed, Lightroom Mobile y VSCO.
 - Ajustes de color, brillo, contraste y nitidez.
2. Herramientas de edición de video:
 - Uso de CapCut, InShot y Adobe Premiere Rush.
 - Recortes, transiciones y efectos básicos.

3. Aplicación de filtros y texturas.
4. Exportación de contenido en diferentes resoluciones y formatos.

Unidad 4: Estrategias de contenido visual para redes sociales (25 horas)

1. Características de las principales plataformas:
 - Instagram, TikTok, Facebook y YouTube.
2. Formatos de contenido:
 - Historias, reels, carruseles y publicaciones.
3. Optimización de imágenes y videos:
 - Resoluciones y dimensiones recomendadas.
 - Uso de hashtags y descripciones.
4. Estrategias para captar y fidelizar audiencias:
 - Uso de tendencias.
 - Publicación en horarios clave.

Unidad 5: Proyecto final: Campaña visual para redes sociales (10 horas)

1. Planificación y diseño de la campaña:
 - Selección de la plataforma y objetivo.
 - Desarrollo de la narrativa visual.
2. Producción del contenido:
 - Captura y edición de imágenes y videos.
3. Publicación y análisis:
 - Publicación del contenido en la plataforma seleccionada.
 - Análisis de métricas de rendimiento (interacciones, alcance, etc).