



Social Media

Plan de Estudio





Descripción

El programa de Social Media brinda los conceptos, metodologías y herramientas necesarias para la implementación, optimización y manejo de redes sociales y comunidades digitales como un canal fundamental para el posicionamiento de una marca, así como el manejo de la inversión en publicidad para medios digitales.

Mediante el desarrollo del curso de Redes Sociales, los estudiantes desarrollan habilidades y adquieren conocimientos prácticos en las herramientas y estrategias para promocionar una marca en el entorno digital optimizando los recursos.



Objetivos de Aprendizaje

Los estudiantes que cursan y aprueban los seis módulos que componen el curso, están en capacidad de:

1. Gestionar las interacciones en redes sociales escogiendo las más apropiadas para los objetivos del negocio.
2. Diseñar el concepto interactivo para promocionar la marca en el entorno digital.
3. Crear un mix de medios para optimizar la inversión haciendo uso de recursos pagos y no pagos.
4. Diseñar estrategias para expandir el negocio mediante el uso de redes sociales.
5. Identificar los riesgos de la marca en el entorno digital y establecer los procedimientos para el manejo de crisis.
6. Diseñar la estrategia de inversión en medios digitales controlándola a partir del monitoreo en tiempo real.



Estructura y Contenidos

El programa de Social Media cuenta con seis módulos que abordan diferentes aspectos relacionados con el manejo de la marca en el entorno digital. A continuación te ofrecemos la estructura de nuestra certificación.

01 - Marketing en Redes Sociales

Descripción:

Este módulo te ofrece las herramientas para diseñar campañas efectivas en redes sociales, su administración y gestión, de manera que tu marca alcance los objetivos propuestos desde el plan estratégico de mercadeo.

Objetivos:

1. Seleccionar las redes sociales según retos y objetivos de negocio.
2. Diseñar el plan de acción para una campaña en redes sociales que responda a la estrategia de mercadeo.
3. Gestionar las interacciones en las redes sociales.



02 - Diseño de contenidos

Descripción:

En este módulo aprenderás a dar a conocer tu marca de forma efectiva en el entorno digital, mediante el diseño de piezas y páginas web que respondan a las expectativas de los usuarios y clientes, ante las exigencias y dinamismo del sector.

Objetivos:

1. Gestionar la marca en el entorno digital.
2. Diseñar el concepto interactivo (gráfico, visual, auditivo y táctil) para generar afinidad con las audiencias.
3. Identificar el alcance de la marca en el ámbito jurídico.
4. Diseñar sitios webs y páginas de aterrizaje con el uso de lenguajes de programación y CMS.

03 - Optimización del canal

Descripción:

En este módulo aprenderás a realizar una buena elección de medios, pautas, indicadores y formas de atender y responder a las inquietudes del cliente, generando estrategias de seguimiento, con el fin de evidenciar el comportamiento de las mismas, y de esta manera poder realizar informes o reportes ejecutivos que lleven a la optimización y reajuste de las campañas digitales.

Objetivos:

1. Crear un mix de medios digitales para optimizar la inversión.
2. Focalizar el mensaje para cada uno de los canales (Facebook- Google- LinkedIn- Twitter- YouTube).
3. Definir el modelo de gestión en redes sociales.
4. Analizar el comportamiento de las audiencias en las redes sociales.
5. Definir los objetivos de afinidad con la audiencia.

04 - Redes sociales y comunidades

Descripción:

En este módulo conocerás aspectos como la mejora de la comunicación de la marca con sus seguidores, las estrategias para expandir el negocio de manera orgánica y personalizar nuestros canales y comunicación en redes sociales con unos objetivos particulares con el fin de construir una relación bilateral con los seguidores y conseguir aliados de negocio en redes sociales, para construir comunidad.

Objetivos:

1. Analizar influenciadores (personas), que generen captación de clientes.
2. Diseñar estrategias de identidad de marca para expandir en redes sociales el negocio de una manera orgánica.
3. Planear un modelo de incentivos para aumentar el tamaño de las comunidades en redes sociales.
4. Integrar el mensaje de comunicación digital en redes sociales.

05 - Riesgo de la marca en marketing digital

Descripción:

Este módulo está dedicado a la planeación del manejo del riesgo y las posibles amenazas que estos representan las cuales pueden derivar en crisis para la marca, es por ello que incluye desde la identificación de estos riesgos, la generación de protocolos y procedimientos de respuesta, así como los procesos puntuales para su manejo durante y después de que estos hayan derivado en una crisis, así mismo la valoración del impacto que estos riesgos tienen sobre el negocio en redes sociales.

Objetivos:

1. Identificar los riesgos a los que se expone el negocio en redes sociales.
2. Generar protocolos de respuesta para el manejo de comunicaciones en redes sociales.
3. Establecer el proceso para manejo de crisis en tiempo real.
4. Valorar el impacto de los riesgos de marca sobre el negocio en redes sociales.

06 - Inversión en medios digitales

Descripción:

En este módulo aprenderás a manejar los medios digitales e implementar estrategias en redes sociales partiendo del análisis de los diferentes tipos de contenido que ofrece el mercado, potenciando la comunicación con el público objetivo.

Objetivos:

1. Implementar estrategias de marketing en medios digitales.
2. Desarrollar contenidos de marca en medio digital con herramientas avanzadas y alternas.
3. Generar leads y conversiones con el uso de plataformas en redes sociales.





Proyectos Finales

Módulos	Proyecto Final
01 - Marketing en redes sociales	Desarrollar una estrategia para redes sociales como parte de una estrategia digital
02 - Diseño de contenidos	Desarrollar una estrategia de branding, propuesta de concepto creativo, diseño de infografía y evaluación de arquitectura web para una marca específica.
03 - Optimización del canal	Crear una campaña para redes sociales estableciendo indicadores de desempeño, plataformas, equipo de trabajo y estrategias de optimización.
04 - Redes sociales y comunidades	Desarrollar un plan de comunicación digital con el objetivo de aumentar el número de seguidores en redes sociales, aplicando los conceptos de comunicación con influenciadores, creación de contenidos, uso de plataformas y construcción de marca.
05 - Riesgo de la marca en marketing digital	Desarrollar un plan de trabajo para atender, confrontar y superar una crisis que se presente en las Redes Sociales de tu empresa o idea de negocio.
06 - Inversión en medios digitales	Diseñar un plan de mercadeo digital para la comercialización de un producto o servicio utilizando estrategias como up selling y cross selling, content marketing, blogs, infografías y video marketing.