

Curso Estrategias para Redes Sociales

Descripción General:

Este curso contempla la revisión de las principales redes sociales y cómo son utilizadas por marcas y organizaciones en una estrategia de marketing.

Objetivos:

El curso tiene por finalidad aprender cómo crear una estrategia para redes sociales, considerando las características de cada plataforma y los aprendizajes que se pueden extraer de diversos casos de estudio.

Dirigido a:

Este programa está dirigido a periodistas, publicistas, ingenieros y profesionales interesados en perfeccionar la gestión de redes sociales y la elaboración de estrategias y contenidos para estas plataformas.

Metodología de Evaluación:

El curso está diseñado con un enfoque teórico-práctico, que combina la revisión y análisis conceptual de las principales redes sociales, con herramientas concretas para el diseño y aplicación de una estrategia de marketing.

Incluye estudio de casos, discusión en torno a mejores prácticas y ejercicios prácticos con herramientas que permiten implementar acciones exitosas en estas plataformas.

Contenidos:

Unidad 1: Tendencias del nuevo ecosistema digital.

- La era del prosumidor.
- Las marcas como medios de comunicación.
- La comunidad digital como un espacio conversacional.
- El uso de nuevos lenguajes: emoticones, memes, trends y filtros.
- Narrativas en nuevos entornos digitales.

Unidad 2: Marketing en Facebook

- Características diferenciadoras entre perfiles, grupos y páginas.
- Facebook Insights: revisión de los principales KPI's de esta red social.
- Artículos instantáneos, chat bots y lineamientos gráficos para Facebook.
- El algoritmo de Facebook y su impacto en la estrategia de la marca.
- Acciones para mejorar el alcance orgánico y la interacción de los contenidos.
- Gestión de anuncios en Facebook.

Unidad 3: Estrategias para redes sociales

- Análisis interno, externo y benchmark. ¿Qué indicadores considerar y con qué herramientas?
- FODA para redes sociales.
- Objetivos y metas: método S.M.A.R.T.
- Definición de acciones y canales.
- Equipo de trabajo: definiciones y alcances del rol del community manager.
- Protocolos, lineamientos gráficos y editoriales.
- Plan de contenidos: revisión de contenidos multimedia para redes sociales.
- Estrategia de influenciadores.
- Medición de resultados: monitoreo y retorno de la inversión (ROI).

Unidad 4: Plan de contenidos para redes sociales

- Evaluación y elaboración de un plan de contenidos con Topic Flower.
- Posicionamiento digital de contenidos de blogs a través de SEO.