

Técnicas para realizar campañas de marketing en redes sociales



Técnicas para realizar campañas de marketing en redes sociales

Detalle del Curso

Fecha de inicio: 29-06-2023

Fecha de término: 27-07-2023

Modalidad: Online

Area: Marketing y gestión de negocios

Tipo: Curso

Nivel: Básico

Duración: 30 horas cronológicas / 40 horas pedagógicas

Código sence:1238035901

****Actividad de capacitación autorizada por Sence para los efectos de la franquicia tributaria de capacitación, no conducente al otorgamiento de un título o grado académico.***

Descripción

Este curso en línea busca desarrollar las herramientas necesarias para una adecuada comprensión sobre el rol, tipos, desafíos e impacto de las redes sociales en el contexto del marketing online y del significativo uso que tienen entre los usuarios, además de dimensionar los objetivos, beneficios y precauciones al realizar campañas en redes sociales en distintos formatos.

Con los niveles de penetración de internet en Chile (con cerca del 90%) y a nivel mundial cercano al 60%, el uso cotidiano del ambiente digital en sus diferentes formatos es una realidad manifiesta. Uno de sus componentes de explosivo crecimiento han sido las redes sociales, las que han se han convertido en un elemento de identidad de los usuarios digitales. Las redes sociales han redefinido las dinámicas de interacción, conversación, publicidad y comunicación entre los usuarios, marcas y organizaciones. A medida que las redes sociales se convierten en un destino para el público online, nos vemos enfrentados a distintos tipos de campañas que buscan lograr cambios de conducta o incentivar acciones en los consumidores y usuarios online. Es por ello, que aumenta la necesidad de que organizaciones, medios, empresas y profesionales comprendan estratégicamente estos nuevos espacios y la forma en que se desarrollan campañas en Social Media, puesto que hoy la reputación de una marca, la búsqueda de información, las campañas publicitarias, las crisis sociales, el golpe informativo, la intención de compra de un producto, pasan necesariamente por las redes sociales.

El curso permitirá la comprensión sobre el rol y formatos de las redes sociales para las organizaciones y su impacto dentro del marketing digital, entregando técnicas para su conceptualización, identificación, alcances y desarrollo de campañas en redes sociales.

Al finalizar el curso, el alumno estará capacitado para identificar los elementos teóricos, características, definiciones, límites y alcances sobre cada tipo de red social, además de los tipos de campañas que se pueden establecer en ella y las formulaciones para su aplicación. Por otro lado, poder reconocer el enfoque de redes sociales para el fortalecimiento de la gestión y comunicación en las organizaciones con sus audiencias y usuarios.

Dirigido a

Jefes de marketing, product manager, category managers, diseñadores, publicistas, administrativos, ingenieros, técnicos en marketing, informáticos, profesionales ligados a la comunicación y marketing, periodistas y emprendedores que deseen profesionalizarse y adquirir herramientas de campaña de redes sociales para reforzar sus conocimientos y mejorar su productividad y gestión dentro de sus organizaciones.

Módulos y contenidos

Módulo 1

Redes sociales en el actual contexto del marketing digital

Contenidos

- Marketing, Marketing Digital y Marketing de redes sociales
- Evolución de las redes sociales
- ¿Por qué redes sociales? Panorámica del escenario chileno y comparado
- Objetivos, principios y roles de las redes sociales en el ecosistema digital
- El usuario de redes sociales y el desarrollo de comunidades virtuales
- Redes sociales como procesos de comunicación externa
- Redes sociales como procesos de comunicación interna
- Redes sociales como herramienta de fidelización y venta

Módulo 2

Principales modelos de redes sociales. Características, objetivos y audiencias.

Contenidos

- Identidad, posicionamiento, segmentación y conversación en redes sociales
- Caracterización de las principales plataformas de redes sociales
- Facebook – Twitter – LinkedIn – Instagram – Youtube – Snapchat -Tiktok
- Whatsapp Apps vs Redes Sociales. Semejanzas y diferencias.
- Los casos de Waze / SOSAFE

Módulos y contenidos

Módulo 3

Formulación de campañas en redes sociales

Contenidos

- Definición de objetivos y métricas (KPI's)
- Definición de público / Audiencia objetivo. La escucha en redes sociales Definición de componentes.
- Definición de público / Audiencia objetivo. El rol del contenido audiovisual
- Redes sociales: Modelos de pago vs Modelos orgánicos
- Estrategia de presupuesto
- Uso de Influencers como estrategia de redes sociales
- Desarrollo de casos: Programación de campaña en Facebook
- Desarrollo de casos: Programación de campaña en Twitter
- Desarrollo de casos: Programación de campaña en Instagram

Módulo 4

Alcances, beneficios y límites de las campañas de redes sociales como estrategia de comunicación.

Contenidos

- Recomendaciones y boca en boca. La viralización y sus efectos.
- Impacto de las campañas en redes sociales como modelo de mobile marketing
- Construcción de reputación en redes sociales
- Las reglas de la conversación en redes sociales y sus campañas
- La política de los memes.
- Los riesgos del Fake News en el contexto de la comunicación digital y redes sociales
- Casos de éxito y fracaso de campañas en redes sociales

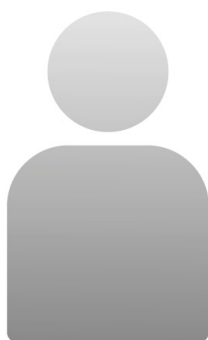
Equipo docente



Luz Montero

Jefa de program

Luz Montero es directora de Educación Continua UC. Académica de la Facultad de Medicina, Post título en Medicina Familiar, Pontificia Universidad Católica de Chile. Médico.



Christian Oros

Profesor

Sociólogo UC y Magíster en Sociología UC. Actualmente Director de Estrategia y Research de Kawésqar Lab, responsable del desarrollo de proyectos de Marketing Digital y Comercio Electrónico en diversas industrias. Profesor del Curso de Marketing Digital y su aplicación al Ecommerce de la Facultad de Comunicaciones UC. Fue Gerente de Marketing de Parque Arauco S.A.



Gonzalo Leitao

Tutor

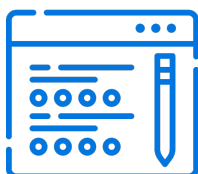
Gonzalo Leitao es periodista (Universidad Diego Portales), magíster en Comunicación Empresarial Estratégica (Universidad Diego Portales y Pompeu Fabra de España) y máster en Dirección y Gestión de Negocios Digitales (Universidad Politécnica de Valencia, España). Diplomado en Gestión de Proyectos Web (Universidad de Chile).

Metodología y certificación



Metodología

El curso es 100% *online* y utiliza metodología basada en el constructivismo, en la cual el estudiante es el actor principal de su propio aprendizaje.



Evaluación

Al final de cada módulo, el alumno realizará una evaluación en línea de los contenidos estudiados. Además, elaborará un trabajo final de aplicación.



Certificación

Los alumnos que cumplan las exigencias del programa recibirán un certificado de aprobación otorgado por la Pontificia Universidad Católica de Chile.

¿Porqué elegir Teleduc para capacitar?

Compromiso con la calidad

N.º 1 Universidades en Latinoamérica 2023 por QS World University Rankings y certificada bajo la NCh 2728.

Proceso de mejora continua

Revisamos sistemáticamente nuestros cursos para asegurar que se cumplan nuestros estándares de calidad.

Diseño de cursos acorde a tus necesidades

Diseñados por expertos en educación a distancia, nuestros cursos presentan contenidos teóricos y prácticos para aplicarlos a situaciones concretas.

Cobertura nacional e internacional

Accederás a la plataforma educativa virtual desde cualquier lugar con conectividad a internet sin importar tu ubicación geográfica.

Efectividad y flexibilidad

Las actividades se desarrollan en forma 100% remota, lo que permite entregar flexibilidad en los horarios, de esta manera podrás distribuir tu tiempo y ser autónomo en tu proceso de aprendizaje.

Más de 40 años de experiencia

Somos la institución con mayor experiencia en educación a distancia de Latinoamérica.

Sistema tutorial

El proceso de enseñanza-aprendizaje se acompaña de un tutor, quien tendrá un rol de mediador y facilitador.

Certificación UC

Nuestros alumnos, al aprobar, reciben una certificación de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Admisión y matrículas

Proceso de matrícula

Valor pesos: \$140.000*

Valor dólar: \$175 dólares*

Web Pay Tarjeta de Crédito

Web Pay Tarjeta de Débito – RedCompra.

(*) Precio válido solo por el día 29/05/2023.

Este programa requiere un número mínimo de matriculados para dictarse y puede sufrir cambios tanto en la programación como en el cuerpo docente, por razones de fuerza mayor.

Requisitos de aprobación

Para la aprobación del curso, el alumno debe haber obtenido al menos la calificación mínima (4.0) en su promedio ponderado de las actividades evaluadas. Los alumnos que aprueben las exigencias del programa recibirán un certificado de aprobación otorgado por la Pontificia Universidad Católica de Chile. Nota: Las personas que no cumplan con el requisito de aprobación no recibirán ningún tipo de certificación.
