

# Técnicas para realizar campañas de marketing en redes sociales



## Técnicas para realizar campañas de marketing en redes sociales

### Detalle del Curso

Fechas: 04 Marzo, 2021 al 01 Abril, 2021

Modalidad: Online

Tipo: Curso

Valor pesos: 260.000

Valor dólar: 390

Horario: Se recomienda 1 hora de dedicación diaria

Duración: 30 horas cronológicas / 40 horas pedagógicas

Jefe de Programa: Luz Montero Ossandón

### 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.

## Módulos

### 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

## 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

### Jefe de Programa

#### **Luz Montero Ossandón**

Directora UC online. Académico Facultad de Medicina, Post título en Medicina Familiar, Pontificia Universidad Católica de Chile.

### Profesor

#### **Christian Oros Nercelles**

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 diversos 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

## Metodología y Certificación

- El curso es 100% online y utiliza metodología basada en el constructivismo, en donde el alumno es el actor principal de su propio aprendizaje.
- Los alumnos que cumplan las exigencias del programa recibirán un certificado de aprobación otorgado por la Pontificia Universidad Católica de Chile.

## Admisión y Matrículas

### Proceso de matrícula

- Valor pesos: 260.000
- Valor dólar: 390
  
- Valor pesos convenio: \$65.000 afiliados y cargas Caja los Andes

### MODO DE PAGO

- Web Pay Tarjeta de Crédito
- Web Pay Tarjeta de Débito – RedCompra.

**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.

### Otros beneficios

- 75% Afiliados y cargas de Caja los Andes.
- 50% Beca alumnos extranjeros.
- 15% Descuento ex alumnos UC, ex alumnos DUOC UC, funcionarios UC y profesionales de servicios públicos.
- 10% Descuento grupo de tres o más personas de una misma institución, funcionarios empresas en convenio.
- 5% Descuento estudiantes de postgrado otras universidades.

***Descuentos no acumulables, y válidos sólo al momento de la matrícula.***

