



DIPLMATURA EN MARKETING DIGITAL Y SOCIAL MEDIA

TEMARIO



UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES



— **SOBRE NUESTRA DIPLOMATURA**

La Diplomatura en Marketing Digital y Social Media es una capacitación integral basada en las nuevas profesiones que se han creado, gracias al avance de las nuevas tecnologías como ser el Community Manager, o bien el Social Media planner entre otros.

Los contenidos reunidos en esta capacitación acercan al profesional de marketing, y al público en general, a las herramientas necesarias para el óptimo desarrollo de campañas basadas en las redes sociales.

El objetivo es que el alumno integre los contenidos teóricos y prácticos que requieren los profesionales de marketing actualmente y que las empresas están buscando continuamente.

El egresado podrá realizar campañas en las redes sociales, en redes de video, e-mail marketing, con pauta publicitaria y planificar la administración analizando las métricas de las mismas.



REQUISITOS

- Manejo general de pc
- Manejo de redes sociales a nivel usuario
- Manejo de archivos y herramientas office
- Manejo de navegadores web



DURACIÓN

Cantidad de horas: 96
Cantidad de clases: 32



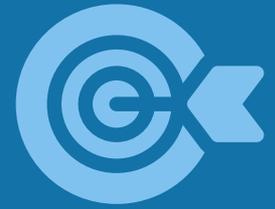
MODALIDAD

Cursada: Online



UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES



OBJETIVOS

- **Desarrollar marketing de contenidos en las principales redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter).**
- **Conocer las principales estrategias de móvil marketing en WhatsApp.**
- **Elaborar un Plan de Social Media.**
- **Optimizar nuestras campañas para conseguir costos más bajos.**
- **Aprender qué es y para qué sirve la analítica web.**
- **Comprender el flujo de visitas en un sitio web.**
- **Utilizar y manejar distintos tipos de informes.**
- **Aprender a identificar las palabras clave para nuestro negocio mediante la técnica de keywords o search.**



UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES



— DESTINATARIOS

- **Público en general que buscan complementar su perfil profesional con algunas de las competencias más demandadas en las tecnologías de la comunicación.**
- **Profesionales interesados en introducirse en las posibilidades de desarrollo de su imagen de marca en internet.**
- **Personas interesadas en el mundo de las Nuevas Tecnologías y entornos digitales.**
- **Y para todos aquellos usuarios de redes sociales que quieran hacer de su afición una profesión de futuro.**



UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

PROGRAMA DE CONTENIDOS

MÓDULO: COMMUNITY MANAGEMENT



Clase 1: Presentación de la diplomatura

- Presentación (docentes, alumnos, modalidad de cursada y evaluación).
- Paradigma Web, usuario digital.
- Community manager, content manager, social media manager.



Clase 2: Community manager y herramientas de gestión

- La figura del community manager.
- Herramientas de gestión de redes sociales (Hootsuite, infogram).
- Content curator, marketing de contenidos.



Clase 3: Plan de Social Media Marketing + Grillas

- Elaboración de un FODA Digital.
- Beneficios de contar con un Plan de Social Media.
- Elaboración de un Plan de Social Media Marketing.
- Armado de grillas de contenidos, calendario editorial.



Clase 4: Página web de destino y redacción

- Creación, configuración y diseño de una landing page simple
- Integración con redes sociales.
- Características del lenguaje digital.
- Pirámide invertida horizontal.
- Estratificación de la información en la Web.



Clase 5: SEO/Herramientas

- Google Mi Negocio (My Business).
- Google Search Console.
- Google Trends.



Clase 6: Gestión de propiedades en Facebook

- Páginas, Grupos y Eventos.
- Tipos de fan page.
- Creación y optimización de página de Facebook.
- Algoritmo (EdgeRank) y feed de noticias.
- Verificaciones oficiales.
- Construcción de tiendas.
- Buenas prácticas en Facebook.



Clase 7: Generación de contenidos orgánicos en Facebook

- Concursos y sorteos.
- Herramientas de publicación.
- Transmisiones en vivo.
- Experiencia instantánea.
- Tipos de publicaciones orgánicas.



Clase 8: Medición en Facebook

- Page Insights.
- Métricas de la Página, publicaciones e historias.
- Estadísticas locales.
- Facebook Marketplace.
- Social Plugins.



Clase 9: Instagram

- Perfil de empresa.
- Generación de contenidos.
- Instagram para tu negocio.
- Herramientas para Instagram.



Clase 10: Instagram

- Canva.
- Creator studio.
- Sorteos/concursos.
- Marketing de influencers.



Clase 11: Pinterest para empresas

- Primeros pasos en Pinterest.
- Widgets de Pinterest.
- Generación de contenidos en Pinterest.
- Pinterest Analytics.



Clase 12: Twitter para empresas

- Uso corporativo de Twitter.
- Generación de contenidos.
- Analytics de Twitter.
- Administración de TweetDeck.
- Social Plugins.



Clase 13: Personal branding en LinkedIn

- Buenas prácticas en LinkedIn.
- Personalización y optimización de perfiles.
- Red de contactos en LinkedIn.
- Uso profesional de los grupos en LinkedIn.



Clase 14: YouTube

- Buenas prácticas en YouTube.
- Optimización del canal.
- Storytelling.
- Inserción y optimización de videos.



Clase 15: Reporting Social Media

- Metricool.
- Realización de reportes para redes sociales.
- Reconocimiento y análisis de indicadores clave de rendimiento.



Clase 16: Presupuestos orientados al Community Management

- Armado de presupuesto.
- Evaluación final y cierre de cursada.

MÓDULO: MARKETING DIGITAL



Clase 17: Introducción al Marketing Digital

- Omnicalidad y prosumidor.
- Estrategia de marketing, audiencias (customer persona, consumer journey).
- Inbound marketing.
- WorkFlow.
- Brief, landing page.
- Objetivos en cada fase del funnel.
- Branded Content.



Clase 18: Social Ads Facebook

- Elaboración de campañas desde la página de empresa.
- Configuración de la cuenta publicitaria.
- Métodos de facturación.
- Política de anuncios.
- Facebook Business Manager.



Clase 19: Social Ads Facebook

- Campañas en Facebook Ads.
- Conjunto de anuncios en Facebook Ads.
- Opciones avanzadas de la entrega.
- Elaboración de campañas de tráfico.



Clase 20: Social Ads Facebook

- Generación de clientes potenciales.
- Públicos similares.
- Informes Facebook Ads.
- Pruebas A/B en Facebook Ads.
- Elaboración de campañas de captación de leads.



Clase 21: Social Ads Instagram

- Elaboración de campañas de Alcance.
- Elaboración de campañas de Reconocimiento de la marca.



Clase 22: Social Ads Instagram

- Elaboración de campañas de Reproducción de video.
- Elaboración de campañas desde la app oficial de Instagram.
- Características y oportunidades de Instagram Ads.
- Anunciar en stories y feed móvil.



Clase 23: Social Ads Twitter

- Elaboración de campañas en Twitter Ads.
- Tecnologías de segmentación de públicos.
- Objetivos publicitarios y anuncios en Twitter.



Clase 24: Social Ads LinkedIn

- Estrategias corporativas en LinkedIn.
- Creación de página de empresa.
- Generación de campañas publicitarias en LinkedIn.
- Funciones de usuario en LinkedIn.



Clase 25: Social Ads WhatsApp y Messenger

- WhatsApp para tu negocio.
- Optimización del chat.
- Gestión de campañas de mensajería.
- Catálogo de WhatsApp.



Clase 26: Google Search Ads (SEM)

- Estructuración de campañas.
- Tipos de pujas.
- Extensiones de anuncios.
- Keyword planner.
- Optimización de campañas.



Clase 27: Google Display Ads

- Características de las campañas en la red de display.
- Oferta Costo por cada Mil Impresiones Visibles (vCPM).
- Anunciantes de branding.
- Limitación de frecuencia.
- Tecnologías de segmentación por personas.
- Elaboración de campañas en la red de display.



Clase 28: Google Video Ads

- Elaboración de campañas de video.
- Tipos de anuncios (in-stream, Bumpers, Outstream).
- Tecnologías de segmentación por contenidos.



Clase 29: Email Marketing

- Gestión de listas de suscriptores.
- Creación de formularios de suscripción.
- Desarrollo de campañas (newsletter).
- Automatización en mailing.
- Indicadores de rendimiento y optimización en mailing.



Clase 30: Métricas y reporting - Google Analytics

- Introducción a la analítica digital.
- Estructura e interfaz de Google Analytics.
- Creación de cuenta, propiedad y vista.
- Aplicación de filtros.
- Informes de Google Analytics.



Clase 31: E-Commerce

- Comercio electrónico.
- Mercado online y offline.
- Pasarelas de pago y seguridad electrónica.
- E-Commerce en Tienda Nube.



Clase 32: Presupuestos orientados al Marketing Digital

Armado de presupuesto.

Evaluación final y cierre de cursada.



PREINSCRIPCIÓN

 **Online:** <https://sceu.frba.utn.edu.ar/marketingdigitalsemi/>

 **4867-7500 int. 7653**

 **(+549) 11 2739 1206**



UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES