



UTN.BA

UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

DIPLOMATURA MARKETING DIGITAL Y SOCIAL MEDIA

Temario



Temario

Módulo I: Community Management

Clase 1: Introducción a la web 2.0

- Web 2.0 y Social Media.
- Empresa 2.0: características y ventajas.
- Introducción a redes de integración de contenido: Facebook.

Clase 2: Redes Sociales de Integración de Contenidos

- Facebook desarrollo práctico.
- Herramientas de publicación.
- Facebook Insights. ▪ Social Plugins.

Clase 3: Perfil del CM

- Gestión del trabajo en redes sociales.
- Herramientas del CM
- Google “Mi Negocio” – perfil de empresa
- Google Trend

Clase 4: WhatsApp Comercial

- WhatsApp for business
- Estrategias de Mobile Marketing
- Casos de éxito

Clase 5: Identidad Digital

- Identidad on line.
- Reputación digital.
- Introducción a redes sociales de imagen: Instagram.

Clase 6: Redes Sociales de Imagen

- Instagram.
- Perfil de empresa en Instagram.
- Herramientas para Instagram. ▪ Instagram para el negocio.

Clase 7: Contenidos Digitales

- Tipos de contenidos y formatos.
- Aplicación y uso.
- Introducción a redes sociales de imagen: Pinterest.

Clase 8: Redes Sociales de Imagen - Marketing de influencers

- Pinterest uso de vidriera virtual.
- Perfil de empresa en Pinterest.
- Tipos de influencer: el micro influencer.
- Acciones de marketing con influencers

Clase 9: Proyecto de dinamización

- Ecosistema.
- Foda Digital.
- Introducción a redes sociales de microblogging.

Clase 10: Redes Sociales de Microblogging

- Twitter.
- TweetDeck.
- .Analytics de Twitter.
- Social Plugins.

Clase 11: Plan de Social Media

- Objetivos generales del PSM.
- Armado de grillas de planificación.
- Introducción a redes sociales de video.

Clase 12: Redes Sociales de Video

- Youtube.
- Snapchat.
- Estrategia y producción de contenidos.

Clase 13: Plan de Social Media

- Objetivos específicos del PSM.
- Armado de grillas de planificación.

Clase 14: Personal branding

- Buenas prácticas en LinkedIn.
- Personalización y optimización de perfiles.
- Red de contactos en LinkedIn.
- Estrategias corporativas en LinkedIn.

Clase 15: Proyectos

- Análisis de resultado de tendencias.
- Pre- corrección del proyecto de integración de contenidos final.

Clase 16: Proyectos

- Presentación y exposición de proyectos.
- Charla y debate sobre los proyectos e intercambio de ideas.
- Cierre de actividad y devolución de observaciones sobre los trabajos prácticos.

Módulo: Marketing Digital

17: Publicidad en redes sociales

- Cómo afecta EdgeRank a la publicidad.
- Administrador de anuncios de Facebook Ads.
- Facturación de Facebook Ads.
- Tipos de presupuestos en Facebook Ads.
- Ubicaciones y tipos de anuncios en Facebook Ads.

18: Publicidad en redes sociales

- Segmentación de audiencias en Facebook Ads.
- Campañas de interacción en Facebook Ads.
- Power editor.
- Métricas e indicadores clave de rendimiento en Facebook Ads.

19: Publicidad en redes sociales

- Campañas de tráfico web en Facebook Ads.
- Campañas de generación de leads en Facebook Ads.
- Públicos similares.
- Optimizar rendimiento de campañas de Facebook Ads.
- Estrategias de retargeting.
- Administrador comercial. ▪ Pixel de Facebook.

20: Publicidad en redes sociales

- Características y oportunidades de Instagram Ads.
- Perfil de empresa en Instagram Ads.
- Objetivos de campañas.
- Normas publicitarias.
- Elaboración de campañas en Instagram Ads.
- Anunciar en stories y feed móvil.
- Estrategias de segmentación en Instagram.
- App oficial.

21: Brand Marketing Digital

- Internet como herramienta comercial Contexto: online + offline.
- Casos de análisis.

22: Marketing de contenidos

- Curación de Contenidos.
- Herramientas.
- Filtrado, agrupamiento y selección de información.

23: E commerce

- Negocios online.
- Comercio Electronico.

24: Estrategia de inbound marketing

- Banners.
- Landing Page.

25: Email Marketing

- Mailing.
- Modelo de Venta
- Newsletter.

26: Email Marketing

- Introducción al Email Marketing.
- Creación de listas de suscriptores en Doppler.
- Elaboración de Newsletters con Doppler.
Creación de formularios de suscripción. Indicadores de rendimiento en mailing.

27: Publicidad en búsqueda

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

28: Publicidad gráfica

- Elaboración de campañas en la red de display.
- Tecnologías de segmentación.
- Tipos de anuncios.

29: Videomarketing

- Podcasting audio y video.
- Mobile Marketing.

30: Videomarketing

- Elaboración de campañas de videomarketing.
- Formatos de anuncio de video en YouTube.
- Medir el rendimiento de los anuncios de video.

31: Analítica web

- Introducción a la analítica digital.
- Estructura e interfaz de Google Analytics.
- Informes de Google Analytics.

32: Proyectos

- Presentación y exposición de proyectos.
- Charla y debate sobre los proyectos e intercambio de ideas.
- Cierre de actividad y devolución de observaciones sobre los proyectos.

Cronograma

Módulo Community Management:

- Clase 1 – Introducción a la web 2.0.
- Clase 2 – Redes Sociales de Integración de Contenidos.
- Clase 3 – Perfil del CM.
- Clase 4 – Whatsapp comercial.
- Clase 5 – Identidad Digital.
- Clase 6 – Redes Sociales de Imagen.
- Clase 7 – Contenidos Digitales.
- Clase 8 – Redes Sociales de Imagen – Marketing de Influencers
- Clase 9 – Proyecto de dinamización.
- Clase 10 – Redes Sociales de Microblogging.
- Clase 11 – Plan de Social Media.
- Clase 12 – Redes Sociales de Video. Youtube - Snapchat
- Clase 13 – Plan de Social Media.
- Clase 14 – Personal branding.
- Clase 15 – Proyectos.
- Clase 16 – Proyectos.

Módulo Marketing Digital:

- Clase 17 – Publicidad en Redes Sociales.
- Clase 18 – Publicidad en Redes Sociales.
- Clase 19 – Publicidad en Redes Sociales.
- Clase 20 – Publicidad en Redes Sociales.
- Clase 21 – Brand Marketing Digital.
- Clase 22 – Marketing de Contenidos.
- Clase 23 – E-Commerce.
- Clase 24 – Estrategia de Inbound Marketing.
- Clase 25 – E-Mail Marketing.
- Clase 26 – E-Mail Marketing.
- Clase 27 – Publicidad de Búsqueda.
- Clase 28 – Publicidad Gráfica.
- Clase 29 – Videomarketing.
- Clase 30 – Videomarketing.
- Clase 31 – Analítica Web.
- Clase 32 – Proyectos.

Objetivos

- Desarrollar marketing de contenidos en las principales redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter).
- Conocer las principales estrategias de móvil marketing en SnapChat y WhatsApp.
- Elaborar un Plan de Social Media.
- Aprender a posicionar una propiedad digital en buscadores.
- Aprender a identificar las palabras clave para nuestro negocio mediante la técnica de keywords o search.
- Conocer las técnicas y herramientas para trabajar el SEO en buscadores.
- Comprender la diferencia entre SEO y SEM y saber poner en marcha las diferentes campañas.
- 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.

