

# Diplomado en gestión de redes sociales y marketing de contenidos.

## JUSTIFICACIÓN

La explosión de las redes sociales y resto de herramientas 2.0 aplicadas al marketing está provocando intensos debates en todo tipo de empresas, sobre su utilidad y cuál es la forma más efectiva de usarlas. Las empresas de hoy, como puntas de lanza de la innovación no podían ser menos. La presión por mantener los clientes actuales y atraer más y mejores clientes, redefinir y reforzar el proceso de compra y recompra, así como difundir los mensajes claves de una forma más efectiva; los cambios acelerados en las tecnologías digitales, así como la integración de las mismas con los objetivos de negocio, evidencian la necesidad creciente de entender mejor el nuevo espacio digital disponible e integrar al Plan de Marketing, nuevos elementos que permiten crear ventajas diferenciales frente a los competidores. Este diplomado busca presentar de manera clara, sencilla y aplicada la integración de los canales digitales al servicio de la organización, en áreas clave como marketing, ventas, comunicaciones corporativas, RRHH, entre otras, buscando dar una visión práctica que permita tener claramente definidos los diferentes modelos que permiten a las compañías la creación y apoyo de estrategias de negocio diferenciadoras.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Ofrecer una formación integral acorde a las necesidades del mercado con la visión global de las grandes compañías, dando a los participantes conocimientos prácticos y relevantes para su futuro profesional en el campo de la gestión efectiva de las redes sociales y los canales digitales.
- Desarrollar habilidades para definir, crear, recopilar, analizar y publicar contenidos desde diferentes fuentes, para dar valor agregado a la comunidad target.
- Lograr un entendimiento adecuado del contexto dentro de las principales comunidades virtuales y redes sociales claves para el desarrollo del negocio de su compañía.
- Analizar y definir claramente los roles activos que cada participante adopta en el mundo virtual para definir los perfiles de cada consumidor en las comunidades virtuales y redes sociales claves para su empresa creando y manteniendo activa la conexión entre ellos.
- Estar en capacidad de trabajar con cualquier tipo de comunidad virtual o red social para colaborar, compartir, convencer, comprometer y lograr el cumplimiento de los objetivos de negocio definidos por la organización.

## DIRIGIDO A

- Gerentes de comunicaciones.
- Gerentes de marketing.
- Social media managers
- Community managers
- Responsables de servicio al cliente.
- Responsables de Contact center.
- Comunicadores sociales y periodistas.
- Comunicadores gráficos y audiovisuales.
- Sociólogos y politólogos.
- Ingenieros y técnicos en sistemas.
- Profesionales de marketing en general.
- Profesionales interesados en las nuevas tecnologías de la información.
- Personas con gusto por las redes sociales.
- Propietarios de empresas.
- Gerentes PYMES.
- Emprendedores de negocios digitales.

## METODOLOGÍA

El programa se desarrollará con exposiciones técnicas de los facilitadores, complementado con el desarrollo de casos de negocios, talleres, trabajo en equipo, videos, espacios de reflexión, conceptualización y discusión online/offline, propiciando escenarios para motivar altos estándares profesionales con una formación significativa.

## CONTENIDO

### Módulo 1 Introducción al marketing en Redes Sociales

El objetivo de este módulo es dar una mirada holística a todas las estrategias de marketing digital y de Redes Sociales, que pueden apalancar tu negocio, los temas a tratar son:

- Ecosistemas Digitales
- Conceptos clave del marketing digital
- Estrategias más usadas en marketing digital
- Estrategias para Redes Sociales
- Influencer Marketing
- Primeros pasos del marketing de contenido
- Analítica digital

### Módulo 2 Marca personal en redes sociales

El objetivo de este módulo es desarrollar una metodología de Personal Branding estratégico para redes sociales, los temas a tratar son:

- Fundamentos de Marketing
- El Marketing Mix
- Fundamentos de Marca
- Comunicación de Marca
- Como optimizar la comunicación de una marca
- Como elegir mi tono de comunicación
- Commodity vs Marca
- Estrategias de comunicación
- La Marca lo es todo
- Branded Content
- 6 componentes de comunicación de una marca
- El prosumidor: la nueva especie de consumidor

### Módulo 3 Marketing en redes sociales

El objetivo de este módulo es dar una mirada holística a todas las estrategias de marketing en las Redes Sociales más utilizadas hoy en día, que pueden apalancar tu negocio, los temas a tratar son:

- Círculo dorado
- La marca
- Conocer los públicos
- TikTok: Características, Formatos, Objetivos empresariales
- Facebook: Características, Formatos, Objetivos empresariales
- Instagram: Características, Formatos, Objetivos empresariales
- WhatsApp: Características, Formatos, Objetivos empresariales
- Twitter: Características, Formatos, Objetivos empresariales
- Estrategia de contenidos
- Recorrido del consumidor (Customer Journey)

#### **Módulo 4 Marketing de Contenido para Redes Sociales**

El objetivo de este módulo es conocer e implementar las distintas metodologías para desarrollar una estrategia de contenido y aplicarla directamente a tu negocio, los temas a tratar son:

- Apalancadores del marketing de contenido
- Conceptos clave en el marketing de contenido
- Estrategias para definir tu Buyer Persona
- Branded Content y Territorios de Marca Digital
- Product Content
- Funnel Content (Embudos de contenido)
- Calendario Editorial y Parrilla de Contenido
- Monitoreo y Analítica digital

#### **Módulo 5 Instagram Marketing**

El objetivo de este módulo es conocer e implementar las distintas estrategias para desarrollar contenido y aplicarla directamente la red social INSTAGRAM, los temas a tratar son:

- Introducción a Instagram Marketing
- Cuáles son los objetivos de Instagram y cómo puedes sacarles provecho
- Instagram Shopping: qué es y cómo se puede activar
- Instagram Shop e Instagram Check out
- Shopping from Creators: El futuro del marketing con influenciadores
- Cómo crear una estrategia de marketing digital exitosa en Instagram
- Qué son objetivos publicitarios y cuáles debería elegir para mi perfil
- Define a tu cliente ideal en Instagram: herramientas y ejercicios prácticos para conocerlo
- Qué tipos de cuenta existen en Instagram y cuál debería elegir para mi perfil
- Cómo optimizar y posicionar una cuenta de Instagram
- Cómo agregar categoría e información comercial a mi perfil de empresa en Instagram
- Prácticas de seguridad en Instagram: cómo evitar que te hackeen
- Cómo verificar el nivel de optimización que tiene mi perfil de Instagram

## Módulo 6 LinkedIn y Vocería Experta

El objetivo de este módulo es conocer la evolución de la marca personal, desde el ecosistema digital de LinkedIn, y aprender los fundamentos, las metodologías y todas las herramientas necesarias para desarrollar tu marca personal ligada a un entorno empresarial, los temas a tratar son:

- Conceptos ancla de la vocería experta
- Introducción a la vocería experta
- La nueva manera de vender sin vender
- Conociendo a tu audiencia
- Construye el perfil de tu audiencia
- Cómo conectar correctamente con tu audiencia
- El ecosistema digital
- Potenciando tu vocería a través de los canales digitales.
- Planificación de la estrategia
- Desarrollo de una estrategia de vocería experta, objetivo, metas y medición.

## Módulo 7 Monetización en Redes Sociales

El objetivo de este módulo es conocer las diferentes estrategias de monetización para las redes sociales donde aplique, los temas a tratar son:

- Estrategia: construir roles objetivos y KPI's en redes sociales, acordes con su algoritmo y dinámica de consumo.
- Definición del seguidor ideal: Audiencias estratégicas a las que queremos impactar en cada red social.
- Monetización: Para empresas y marca personal (Qué es, cómo funciona en cada red, qué hacer, cómo hacerlo, oportunidades, ejemplos prácticos, tendencias, oportunidades para mi marca)
- Ejercicio en clase, caso real.

## Módulo 8 TikTok For Business

- Introducción al marketing en tik tok
- Estrategias de contenido en tik tok
- Tendencias virales en tik tok
- Tik Tok ADS y Tipos de anuncio de tik tok
- Copy writing adecuados en tik tok
- Grandes Empresas que usan publicidad en tik tok y cómo son sus estrategias
- Retos sociales en tik tok

## Módulo 9 Campañas de publicidad Facebook, Instagram y WhatsApp Business

- Introducción a Facebook e Instagram
- Primeros pasos para crear anuncios en Facebook
- Estructura y Objetivos de las Campañas en Facebook e Instagram Ads
- Targeting y Audiencias I
- Targeting y Audiencias II
- Formatos de anuncios I
- Formatos de anuncios II
- Seguimiento de resultados y optimización de las campañas de Facebook e Instagram
- Herramientas y recursos adicionales en Facebook Ads y WhatsApp Business.

## **Módulo 10 Plan de Social Media y Content Funnel**

El objetivo de este módulo es diseñar e implementar un plan de marketing digital, para Redes Sociales, utilizando metodologías ágiles que puedes aplicar inmediata y directamente a tu negocio, los temas a tratar son:

- Etapas de un plan de marketing digital
- Diseño de un plan para Redes Sociales
- Diseño de un plan de contenidos para cada una de las diferentes redes sociales, más usadas actualmente.
- Aplicación de metodologías ágiles para el diseño de planes de contenido, tales como: Content Canvas, Lean Model Canvas , PMV, Story – User.
- Calendario Editorial y Parrilla de Contenido
- Monitoreo y Analítica digital

## EXPERTO S FACILITADORES

### Jaime Cotes Escolar

Consultor | Speaker | Docente | Mentor  
| Transformación e Innovación Digital |  
Digital Coach | Marketing de Contenido

### Katherine Piscioffi Quintero

Consultora y Speaker en Marketing Digital  
| Social Media Marketing Professional |  
Digital and Strategic Marketing Professor

### Margarita Ghisays

Conferencista & Docente, CEO  
Atlántica Marketing. Branding - Estrategia -  
Creatividad.

### Silena Severini

A Estratega en Marketing B2B | Ventas B2B  
| CEO LeMarket | Inbound marketing  
| Inbound Sales | Estrategias SMarketing |  
Marketing de contenidos | Social Selling

### Ricardo Rojas

Experiencia en multinacionales,  
agencias globales y entidades estatales  
como community manager, social media  
manager, director de social media,  
director creativo y content manager en  
diferentes sectores como entretenimiento,  
tecnología, finanzas, industria automotriz,  
bebidas y publicidad.

### Laura Crespo García

Comunicación  
estratégica, community manager,  
publicidad, marketing  
digital, comunicación Audiovisual,  
relaciones públicas y periodismo.

### Diana Hernández

Mercadeo Digital, experiencia en  
Social Media Strategy,  
Posicionamiento Web y Pauta Digital.

### Andrea Ballesteros Ascani

Emprendedora, Speaker y  
Mentora. Docente y ayudo a las  
personas para encontrar la  
mejor forma de hacer marketing, y  
que disfruten haciéndolo | Estratega y  
Asesora de Marketing Digital y Social  
Media.

## MODALIDAD

Blended

## DURACIÓN DEL PROGRAMA

100 HORAS



Vigilada Mineducación

EDUCACIÓN  
CONTINUADA



CECUninorte

Mayores informes  
Teléfonos: (57-5) 3509222  
cec@uninorte.edu.co

[www.uninorte.edu.co/web/educacion-continuada](http://www.uninorte.edu.co/web/educacion-continuada)