



ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES INSTITUCIONALES

Duración: 40 horas reloj

Modalidad: virtual con encuentros sincrónicos semanales por zoom

Ciclo lectivo: 2024

Convocatoria: 1era.

Inicio: 11 de marzo de 2023

Finalización: 3 de mayo de 2023

Presentación

Este curso se centra en desarrollar habilidades clave para administrar las redes sociales de instituciones, como empresas, organizaciones sin fines de lucro o instituciones educativas. Los participantes aprenderán estrategias efectivas de contenido, técnicas de compromiso de la audiencia y métodos para gestionar la reputación en línea de la institución. Se cubrirán plataformas populares como Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram, y se enseñarán prácticas éticas y análisis de datos para mejorar continuamente las estrategias de redes sociales. Ideal para profesionales de marketing, comunicaciones y relaciones públicas que buscan fortalecer la presencia en línea de sus organizaciones.

Objetivos

- Comprender las nociones elementales sobre redes sociales
- Identificar los elementos fundamentales diferenciar tipos de público.
- Comprender el proceso de construcción de contenidos para cada una de las plataformas disponibles.
- Orientar sus recursos comunicacionales a la construcción de contenidos relevantes para un público en particular

Contenidos

Unidad 1: Conociendo las redes sociales.

- Conociendo las redes sociales.
- ¿Qué son las redes sociales?
- ¿Por qué son tan importantes las redes sociales?
- ¿Cuáles son las redes sociales más difundidas?
- ¿Qué nos permite la fan page?



Unidad 2: Manejo de redes sociales.

- Dominar el manejo de redes sociales y aumentar la presencia de tu marca.
- ¿Qué necesitas aprender sobre el manejo de redes sociales?
- Investigación de mercado.
- Estrategia de redes sociales.
- Consideraciones sobre Facebook e Instagram.
- El cliente ideal y Buyer persona.
- Contenido para redes sociales.
- Ejemplos de contenidos para redes sociales.

Unidad 3: Marketing y las redes sociales.

- ¿Qué es un plan de marketing?
- Estrategias del marketing.
- Benchmarking - Parte 1.
- Benchmarking - Parte 2
- Matriz FODA
- Plan de contenidos para redes sociales.

Unidad 4: El universo de instagram.

- Presentación de Instagram.
- Instagram para buscar trabajo.
- Creación de contenido en Instagram.
- Concursos y sorteos en Instagram

Unidad 5: Todo sobre Facebook.

- Introducción a Facebook.
- Recursos de Facebook.
- ¿Cómo aplicar Marketing digital en Facebook?
- Píxel de Facebook.

Unidad 6: Ampliando conocimientos sobre redes sociales.

- Aproximaciones de Youtube.
- Twitter y sus características.
- Twitter para empresas.
- Otras redes sociales con relevancia actualmente
- Introducción a LinkedIn .
- Armando tu perfil en LinkedIn.
- Cómo posicionarse en LinkedIn.
- Crea un perfil completo en LinkedIn



Metodología

Este curso es de modalidad virtual y tiene una duración de dos meses. Asimismo, está planteado un (1) encuentro sincrónico semanal con el equipo de tutoría y expertos para facilitar el desarrollo de los temas a abordar. En dicho encuentro se realizará una exposición teórica como también la explicación de algún caso práctico o ejercicio. Las clases sincrónicas serán por zoom.

Los contenidos están desarrollados en seis (6) unidades didácticas, que contemplan palabras claves, material de lectura obligatoria y de apoyo, actividades de evaluación diseñadas por el docente junto con propuestas de reflexión y análisis orientadas a poner en práctica los conocimientos adquiridos.

Todos los recursos disponibles en el campus podrán ser descargados por los participantes y alojados en sus respectivos dispositivos electrónicos.

El día de inicio del curso cada alumno recibirá sus datos de ingreso (usuario y contraseña) que le permitirán acceder a los materiales.

El campus virtual está articulado sobre una plataforma entorno Moodle, que es un sistema de gestión que propicia y promueve la construcción de comunidades de aprendizaje de la que participan los expertos, tutores y cursantes. Tiene una interfaz de navegador de tecnología sencilla que simplificará sus recorridos didácticos.

La propuesta educativa propicia la construcción de comunidades de aprendizaje conformadas por personas geográficamente distantes pero que comparten esta experiencia en un entorno virtual, y así podrán de manera compartida recorrer un trayecto formativo que les permita adquirir nuevas herramientas para su desarrollo laboral.

Evaluación / Condiciones de aprobación

Una vez abierto el curso, el estudiante podrá acceder con su usuario y contraseña al campus virtual e ir descargando el material como así también realizando las tareas que el equipo de tutoría vaya proponiendo a lo largo de la cursada.

La aprobación del mismo combinará la evaluación de los siguientes factores:

- Realización de las actividades que se propongan.
- Participación en foros.
- 75% de asistencia a las clases sincrónicas.
- Aprobación de la instancia final de evaluación integral.

Una vez aprobado el curso, la plataforma requerirá al cursante responder una encuesta relacionada a la experiencia de aprendizaje transitada y una vez respondida se podrá descargar el certificado que es digital con formato para impresión y avalado por UTEDEC.