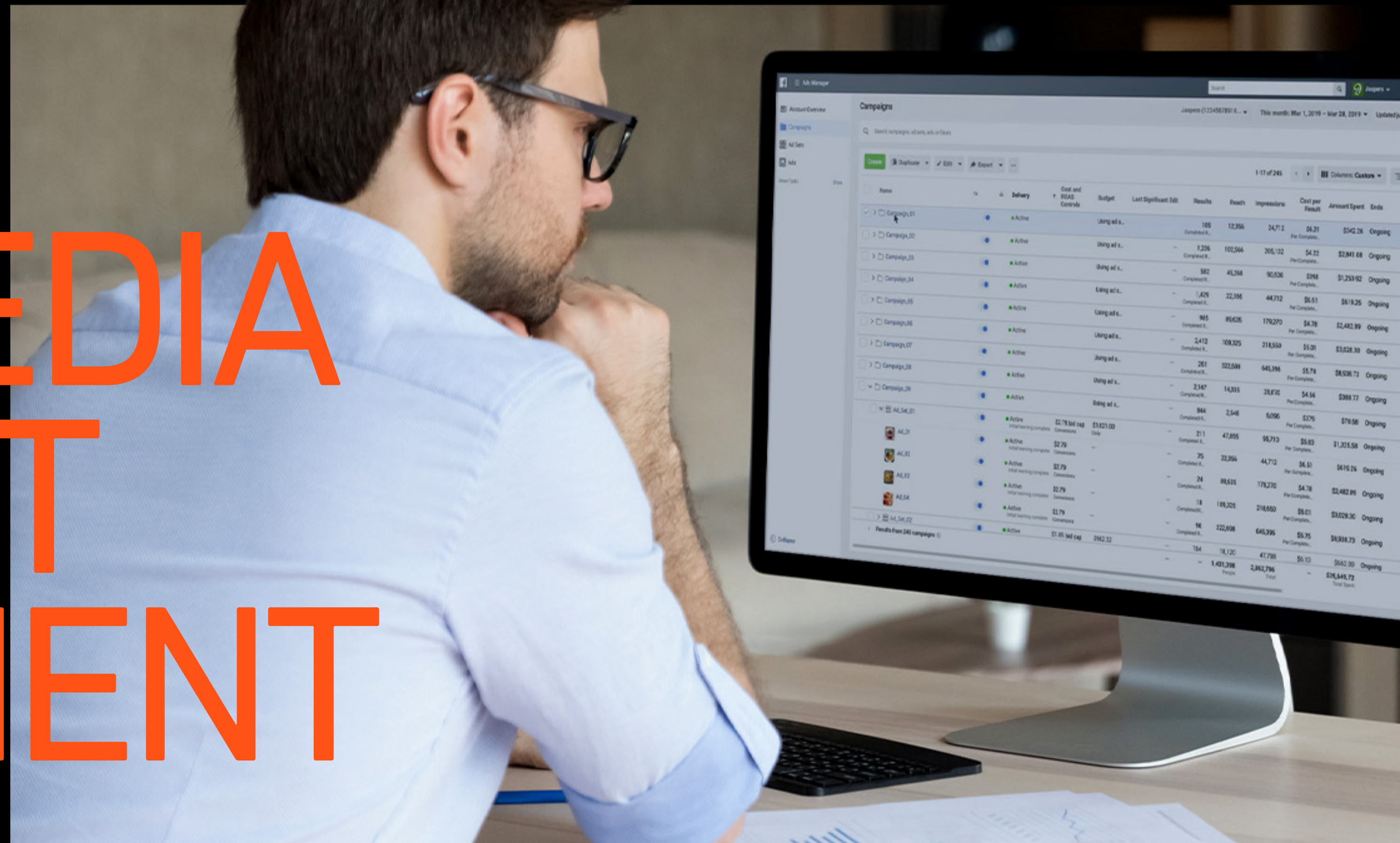


CURSO
ESPECIALIZADO

SOCIAL MEDIA & CONTENT MANAGEMENT

VIRTUAL

DEL 26 DE SEPTIEMBRE AL 23 DE OCTUBRE DE 2024
LUNES Y MIÉRCOLES DE 19.00 A 22.00 HORAS



EDUCACIÓN



EJECUTIVA

Sobre el curso

Este curso tiene como propósito preparar al alumno en la creación de contenido para plataformas sociales de una marca, así como en la gestión de los canales sociales, con el fin de lograr los objetivos de negocio.

El curso iniciará con una introducción al consumidor y a las redes sociales, donde se reconocerán los principales términos útiles en marketing de campañas digitales. Luego, se abordará la aplicación de la metodología digital vibrant profile para la humanización de una marca. También, se distinguirán las estadísticas, generalidades, estrategias y opciones de inversión de Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn y TikTok. Finalmente, se revisarán la distribución de contenido en la publicidad digital, la medición digital y la gestión de las crisis de reputación digital.

MODALIDAD: Virtual

FECHAS: Del 26 de septiembre al 23 de octubre de 2024

FRECUENCIA: Lunes y miércoles de 19.00 a 22.00 horas

Sobre el curso

► DIRIGIDO A

Ejecutivos y analistas de *marketing*, ejecutivos de cuenta en agencias de publicidad, *planners*, *community managers*, emprendedores que quieran hacer un correcto abordaje en las plataformas sociales más relevantes para los negocios, publicistas, comunicadores y toda persona relacionada con el rol comunicacional de una marca.

► DURACIÓN

El curso te ofrece una experiencia de aprendizaje flexible. Combina 24 horas de sesiones en vivo con el docente y 8 horas de estudio a tu ritmo para revisar lecturas, videos y realizar las actividades aplicativas. Adapta tu aprendizaje a tu horario y aprovecha al máximo tu tiempo.

► EL CURSO INCLUYE

- Actividades de inducción al Aula Virtual Ulima
- Tutoría virtual

► CERTIFICACIÓN

Los alumnos que hayan aprobado el curso con una nota final mínima de once (11) recibirán un certificado digital expedido por la Dirección de Educación Continua de la Universidad de Lima. Este documento incluirá la calificación obtenida y estará respaldado por una firma digital con validez legal, conforme a la Ley de Firmas y Certificados Digitales, Ley 27269. Además, el certificado contendrá un código QR que permitirá verificar su autenticidad y será enviado al correo electrónico registrado durante la inscripción.

En caso de que el alumno no haya aprobado el curso, pero sí cumplido con asistir, como mínimo, al 75 % de las sesiones sincrónicas, recibirá una constancia de asistencia otorgada también por la Dirección de Educación Continua.

Asimismo, los alumnos deben **estar al día en sus pagos**, sin deudas con la Universidad, para obtener la certificación correspondiente.





DOCENTE

Antonio Rojas Delgado

Director comercial de Presidente, agencia de contenidos para espacios digitales. *Business advisor*, emprendedor y especialista en *marketing* digital con más de 23 años de experiencia. Emprendedor de Brillo Extrem, T-imprimo y Petizos Shop, relacionados con la industria automotriz, impresiones a domicilio y retratos creativos para mascotas, respectivamente. Fue director comercial de Atomikal, fundador de la central de medios digital La Mediática, socio y fundador de Ariadna Perú (parte de Ariadna Communications Group, con presencia en 13 países), agencia que contribuyó a la madurez digital de marcas importantes en el medio. Ha escrito más de 40 artículos de opinión relacionados con la industria digital. MBA por la Universidad Tecnológica del Perú. Especialización en Publicidad y Planeamiento de Marcas por la Escuela de Creativos (Argentina). Bachiller en Ingeniería Informática por la Pontificia Universidad Católica del Perú.

NOTA:

La Universidad de Lima se reserva el derecho de reprogramar las clases por causa de fuerza mayor o disponibilidad del docente. Asimismo, el docente programado podrá ser reemplazado por otro de similar perfil académico y profesional, garantizando que la calidad de la actividad académica no se vea afectada. Toda modificación será comunicada a los alumnos.

Contenido

► INTRODUCCIÓN AL CONSUMIDOR Y A LAS REDES SOCIALES

- Las generaciones y el nuevo consumidor
- Mi cliente y el *buyer persona*
- Las marcas: su oferta de valor y su propósito
- Las redes sociales. Tipos y usos
- Perfiles de un equipo *social media*
- El *brief* como inicio de todo proceso de trabajo

► LA HUMANIZACIÓN DE UNA MARCA PARA CREAR UNA CORRECTA ESTRATEGIA DE CONTENIDOS

- La humanización de las marcas
- El *digital vibrant profile* (DVP), herramienta de humanización
- El *content marketing*
- El *canvas* de contenido a partir del DVP

► PLATAFORMAS SOCIALES MÁS IMPORTANTES: FACEBOOK

- Facebook
 - Estadísticas de la plataforma y formatos publicitarios disponibles
 - Mitos y realidades sobre Facebook

► PLATAFORMAS SOCIALES MÁS IMPORTANTES: INSTAGRAM Y LINKEDIN

- Instagram
 - Estadísticas de la plataforma y formatos publicitarios disponibles
 - 10 consejos para abordar la plataforma
- LinkedIn
 - Estadísticas de la plataforma y formatos publicitarios disponibles
 - Estrategia de abordaje de la plataforma

► PLATAFORMAS SOCIALES MÁS IMPORTANTES: TIKTOK Y YOUTUBE

- Youtube
 - Estadísticas de la plataforma y formatos publicitarios disponibles
 - Estrategia de abordaje de la plataforma
- TikTok
 - Estadísticas de la plataforma y opciones de inversión publicitaria
 - ¿Cómo aprovechar TikTok?

► LA PUBLICIDAD DIGITAL: DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDO

- La publicidad digital
- Medios intrusivos vs. medios contextuales
- Tipos de compra digital: CPC, CMP, CPL, CPA
- El *business manager* de Meta. Buenas prácticas

► MEDICIÓN DIGITAL Y LA GESTIÓN DE LAS CRISIS DE REPUTACIÓN DIGITAL

- Métricas vs. indicadores
- ¿Qué debemos medir de acuerdo a los objetivos?
- Herramienta de gestión y medición para negocios digitales
- Revisión de informes de métricas para negocios digitales
- La reputación digital. Definición, usos y herramientas
- 10 experiencias de casos sobre reputación digital en Perú y en el mundo

NOTA: A fin de que las sesiones sincrónicas sean interactivas y dinámicas, es obligatorio que docentes y estudiantes enciendan sus cámaras. Si tuviera inconvenientes con la cámara de su laptop o computadora, le sugerimos emplear la cámara de su celular u otro dispositivo. Esta medida no afecta la protección de datos personales, porque es de uso exclusivo del dictado de clases. Si desea, puede utilizar los fondos virtuales que ofrece la plataforma Zoom.



Inversión

Público en general	S/ 1600*
Con 25 % de descuento para alumnos y egresados Ulima	S/ 1200

► **DESCUENTOS**

(*) Consulta por nuestras opciones de descuento: pronto pago, para alumnos y egresados Ulima, clientes frecuentes, clientes corporativos, y para exalumnos del Consorcio de Universidades. Los descuentos no son acumulables. Aceptamos todas las tarjetas como medio de pago.

Los cursos están sujetos a aforo. Las vacantes son limitadas.

NOTA: Toda rectificación o anulación de matrícula se realiza, a más tardar, un (1) día hábil antes del inicio del curso. Una vez empezado, no se acepta la anulación total o parcial de la matrícula. La participación del alumno es personal e intransferible. El dictado del curso se realizará siempre que se alcance el número mínimo de alumnos matriculados establecidos por la Dirección de Educación Continua de la Universidad.



Calendario académico

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
SEPTIEMBRE	23	24	25	26	27 ACTIVIDADES DE INDUCCIÓN	28	29
	30 SESIÓN 1 19:00 A 22:00 HRS.						

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
OCTUBRE		1	2 SESIÓN 2 19:00 A 22:00 HRS.	3	4	5	6 ACTIVIDAD CALIFICADA 1
	7 SESIÓN 3 19:00 A 22:00 HRS.	8	9 SESIÓN 4 19:00 A 22:00 HRS.	10	11	12	13 ACTIVIDAD CALIFICADA 2
	14 SESIÓN 5 19:00 A 22:00 HRS.	15	16 SESIÓN 6 19:00 A 22:00 HRS.	17	18	19	20
	21 SESIÓN 7 19:00 A 22:00 HRS.	22	23 SESIÓN 8 19:00 A 22:00 HRS. EXPOSICIÓN DE TRABAJO FINAL	24	25	26	27

La publicación del promedio final estará disponible el 28 de octubre en el Aula Virtual Ulima, desde las 19.00 horas.

- Nota 1: Las actividades de inducción asincrónicas están concebidas para que los alumnos se familiaricen con el Aula Virtual Ulima. Su realización es fundamental para lograr un buen desempeño en el curso. Es importante tener en cuenta que este tiempo no se incluye en las horas certificadas.
- Nota 2: Las fechas de las sesiones y el docente asignado están sujetos a posibles cambios, que serán informados a los alumnos.
- Nota 3: Las actividades correspondientes a la evaluación continua deben ser entregadas en el plazo establecido en el cronograma. De no hacerlo, el alumno tiene la opción de presentar su actividad hasta 48 horas después; en este caso, la calificación será sobre diecisiete (17). Si, finalmente, no las presenta, recibirá una calificación de cero (0).
- Nota 4: En las actividades correspondientes al producto final, no se aceptarán retrasos en las exposiciones ni en la entrega de trabajos, y no habrá examen de rezagado. De no cumplir con los plazos establecidos, la calificación será cero (0).

Asincrónico:
Actividades grabadas

Sincrónico:
Actividades en tiempo real en modalidad virtual

Fecha máxima de entrega de actividades calificadas



**SOMOS EL CAMBIO,
ESPECIALÍZATE**

INFORMES E INSCRIPCIONES

(01) 4376767 - Anexo 30159
educacionejecutiva@ulima.edu.pe

 EducacionEjecutivaUlima
 educacionejecutiva_ulima
 educacionejecutivaulima