

Sílabo

Herramientas Web y Estrategias de Marketing Digital

1. Datos informativos:

1.1. Curso:	Herramientas Web y Estrategias de Marketing Digital
1.2. Total de horas:	24
1.3. Modalidad:	Presencial
1.4. Área temática:	Marketing
1.5. Público al cual va dirigido:	Estudiantes, profesionales de las áreas de gestión y/o comunicaciones.
1.6. Requisitos:	Conceptos generales acerca de redes sociales, internet y comercio electrónico. Poseer una cuenta de Gmail. Poseer una cuenta de Facebook Conocimientos básicos de Ms. Office PowerPoint y Excel.

2. Descripción del curso

El curso está orientado a estudiantes y profesionales de las áreas de gestión y comunicaciones que deseen reconocer y/o utilizar diversas plataformas gratuitas y de pago basadas en Internet, para apoyar a incrementar el desempeño de las operaciones de su negocio o centro de trabajo; así como explotar el potencial de las redes sociales para mejorar la relación con sus clientes, incrementar la exposición de marca y comunicar mensajes apropiadamente de acuerdo al canal donde se encuentre.

Al terminar el curso el estudiante se habrá entrenado en los aspectos básicos del uso de aplicaciones Web de uso libre y tendrá conocimiento de las principales fuentes para actualizarse. Será capaz de dominar las principales herramientas sociales para conocer y manejar la reputación de la empresa en la red y su influencia en nuestra actividad.

3. Objetivos

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Trabajar con soltura en el entorno web 2.0 y aprovechar las herramientas de comunicación básicas que debe utilizar un Community Manager.
- Utilizar el RSS y los feeds de forma avanzada como herramienta de gestión de la información.
- Utilizar las redes sociales en las empresas para incrementar los beneficios de la comunicación corporativa para transmitir una imagen empresarial positiva.
- Obtener del uso de las herramientas, una ventaja competitiva.

4. Metodología

Por ser un curso completamente teórico-práctico, los participantes tienen a su disposición, durante todas las horas de clases, una computadora para aplicar inmediatamente los conocimientos adquiridos en cada sesión, con la asistencia permanente del profesor.

5. Contenido

5.1 Maneras de recopilar información en la red.

- 5.1.1 Feeds y RSS
- 5.1.2 Canales de Feeds RSS
- 5.1.3 Dashboards y lectores de feeds

5.2 Facebook

- 5.2.1 Diferencia entre perfil de persona y de empresa.
- 5.2.2 Creación de páginas. (Negocio, organización, marca, artista, entretenimiento, comunidad)
- 5.2.3 Facebook Ads.
- 5.2.4 Extraer estadísticas y crear reportes.

5.3 Twitter

- 5.3.1 Uso y funcionamiento.
- 5.3.2 Glosario de Twitter
- 5.3.3 Búsqueda avanzada en Twitter.
- 5.3.4 Acortadores de URL's (Goog.gl, Bit.ly, Ow.ly)
- 5.3.5 Clientes de Twitter para móviles

5.4 Trendsmap

- 5.4.1 Uso y funcionamiento.
- 5.4.2 Reconocimiento de tendencias globales y locales.
- 5.4.3 Trending tweets
- 5.4.4 Trending Videos.

5.5 Clientes para Twitter y Facebook

- 5.5.1 Hootsuite - Uso y funcionamiento.
- 5.5.2 TweetDeck
- 5.5.3 Google Alerts
- 5.5.4 Google Insights
- 5.5.5 Google Trends
- 5.5.6 Socialmention.com

5.6 Instagram y Pinterest

- 5.6.1 Uso y funcionamiento.
- 5.6.2 Aspectos a tomar en cuenta para gestionar una marca.
- 5.6.3 Estrategias internacionales para campañas de lanzamiento, mantenimiento y promoción.

5.7 Youtube.com

- 5.7.1 Uso y funcionamiento.
- 5.7.2 Configuración de página de empresa o marca.
- 5.7.3 Edición de videos.
- 5.7.4 Socializar o viralizar videos.
- 5.7.5 Configuración de campaña publicitaria en Youtube
- 5.7.6 Extracción de data.

5.8 LinkedIn.

- 5.8.1 Uso y funcionamiento.

5.9 Google Plus

- 5.9.1 Uso y funcionamiento.

5.10 Mailing Marketing

- 5.10.1 Estrategia de mailing.
- 5.10.2 Uso y funcionamiento de mailing: Mailchimp

5.11 Levantamiento de data

- 5.11.1 Survey Monkey

6. Materiales

En el desarrollo del curso se subirá a la plataforma virtual; guía del usuario, presentaciones y links de referencia.

7. Evaluación

La calificación del curso será el promedio ponderado de:

Evaluación continua	60 %
Trabajo Final	40 %

8. Constancia / Certificado

Todos los participantes que obtengan una nota aprobatoria igual o mayor a 11 (once) recibirán un certificado digital a nombre de InfoPUC; caso contrario podrán solicitar una constancia digital de asistencia en el curso.

Nota: Para la obtención de cualquiera de estas certificaciones los participantes deberán tener como mínimo un 80 % de asistencia a las clases.