

Taller de Manejo de Redes Sociales para el emprendedor Sílabo

1. Datos informativos:

1.1. Curso: Taller de Manejo de Redes Sociales para emprendedores

1.2. Total de horas: 12 horas

1.3. Modalidad: presencial

1.4. Área temática: Marketing

1.5. Público al cual va dirigido: Emprendedores, profesionales, ejecutivos y empresarios que tengan el interés de iniciar o expandir un negocio, dándole presencia a través del uso de internet, desarrollando estrategias y usabilidad en la web 2.0 y redes sociales

Pre- requisitos: Conocimientos de internet a nivel usuario.

2. Fundamentación:

El contexto ha cambiado desde la aparición del internet en las relaciones de consumo. Ahora tenemos a un consumidor informado que interactúa con la marca y que busca en la web y en las redes sociales información de los productos que ofrece el mercado. Ante esto las empresas tienen que diseñar e implementar una estrategia en redes sociales y web 2.0 para generar posicionamiento, capturar potenciales clientes y fidelizarlos.

3. Objetivos:

3.1. Objetivo general: Capacitar profesionalmente a los participantes en las disciplinas relacionadas con el planeamiento, dirección, operación y evaluación de negocios por internet, mediante el uso de las herramientas digitales vigentes.

3.2. Objetivos específicos:

- Aprender las técnicas de gestión y las estrategias más efectivas en redes sociales y Web 2.0 con el objetivo generar campañas efectivas para obtener la fidelidad, retención y satisfacción del cliente y traducir todo esto en ventas.
- Diseñar el un Plan Estratégico en Redes Sociales para capturar y fidelizar clientes y darles contenido de valor, buscando las tendencias del mercado e innovando.

4. Contenidos:

4.1. Web 2.0

- 1.1. Marketing Digital
- 1.2. Herramientas Online
- 1.3. Diseño Web centrado en el usuario User Experience (UX)
- 1.4. Plataformas

4.1.1. Insights Digitales

- 2.1. Comportamiento del Prosumer
- 2.2. Desarrollo de productos con el consumidor
- 2.2. Herramientas del Community Managment

4.2. Redes Sociales

4.2.1. Facebook

- Funciones y características de la principal red social del país y del mundo
- Generar campañas en Facebook Ads y Facebook Insights
- Generación de contenido de valor para tu cliente en Facebook
- Administración del Like Page
- Generación de contenido e interacción
- Casos de Éxito

4.2.2. Twitter

- Creación y administración
- Grupos de interés y generación de tendencias
- Aplicaciones y herramientas
- Casos

4.2.3. LinkedIn

- Creación y administración
- Generación de grupos de interés
- Diseño de un perfil de empresa
- Casos

4.2.4. You Tube e Instagram

- Funciones de las aplicaciones de YouTube e Instagram
- Casos y campañas
- Creación de un canal empresarial en YouTube
- Creación de videos corporativos
- Creación de un perfil empresarial en Instagram

4.3. Social Media Plan

- Diseño de un Plan en Redes Sociales

4.4. Casos Prácticos

- Cimentar nuestra web e integrarla con las redes sociales
- Desarrollo de un Blog en Wordpress o Blogger
- Desarrollo de una página corporativa en Facebook
- Desarrollo de un perfil profesional, grupos y perfil empresarial en LinkedIn
- Desarrollo de un perfil empresarial en Instagram
- Crear un Social Media Plan (Plan Digital en redes sociales para emprendedores)

5. Metodología:

La metodología es teórico-práctica, haciendo énfasis en las habilidades prácticas por medio de una enseñanza pragmática de estudio de casos y dirigiéndonos de manera directa y constante a las herramientas digitales, los alumnos podrán seguir al docente desde sus computadoras.

Los talleres se llevarán a cabo dentro del salón y para ello se usarán las herramientas digitales disponibles en el aula.

Al final de la clase los alumnos subirán los trabajos realizados al Google Drive.

El Proyecto final consistirá en el sustento del uso de todas las redes sociales, analítica web, posicionamiento y publicidad de la marca escogida por el estudiante. El alumno presentará dicho informe en Word, Arial 12, con un máximo de extensión de 50 páginas, mínimo 10. Dicho informe evidenciará por medio de links y capturas de pantalla lo aprendido en clase, así como deberá sustentar las estrategias utilizadas.

Entre las principales estrategias escogidas para el curso tenemos el aprendizaje basado en problemas y los estudios de casos, a través de los cuales podremos aplicar los aprendizajes a situaciones reales tanto de la vida laboral como cotidiana. En cuanto al uso de la tecnología para facilitar la comunicación, compartir información,

colgar las tareas respectivas y desarrollar las evaluaciones se usará la plataforma Moodle recibiendo cada participante un código de acceso.

Finalmente, se recomienda a los participantes consultar la bibliografía sugerida para profundizar y reforzar sus aprendizajes.

6. Evaluación:

- Trabajo final (50%)
- Trabajos de cada sesión (40%)
- Participación (5%)
- Asistencia (5%)

7. Certificación:

El instituto otorgará un certificado digital a todos los participantes que aprueben los cursos desarrollados en 24 horas a más; con una nota mayor o igual a 11 (once); en el caso que el participante no cuente con una nota aprobatoria podrá solicitar la emisión de una constancia al correo institucional siempre y cuando no haya excedido el número de faltas permisibles.