

MARKETING DIGITAL & COMMUNITY MANAGER

“REDES SOCIALES, TECNOLOGÍAS DIGITALES Y COMUNICACIÓN”

UNIDADES:

1 Internet:

- Los orígenes de Internet
- Internet 1.0: Principios y fundamentos de Internet 1.0
- La nueva generación web: La web 2.0
- La web social
- La Web Semántica: Web 3.0

2 Enseñanza y aprendizaje digital:

Educación y nuevas tecnologías. Tecnologías para la gestión de la información y el conocimiento como apoyo en los procesos de enseñanza y aprendizaje.

- Aprendizaje ubicuo. Tecnologías móviles.
- Entornos de aprendizaje en hipermedia: principios de análisis y herramientas para su diseño desde el punto de vista educativo.
- Plataformas Educativas y Aulas Virtuales. Diseño pedagógico – didáctico.
- Bibliotecas Digitales. Colaboratorios.
- Identidad digital en la red. Entornos personales de aprendizaje.
- Las redes sociales en la educación. Mediación tecnológica-pedagógica.
- Dilemas y debates. Fortalezas y debilidades.

3 Introducción al Marketing Digital:

- ¿Qué es el marketing digital?
- ¿Por qué es importante dominarlo?
- Principales tácticas
- Perspectivas profesionales

4 Gestión de contenido en Redes Sociales. Una red para cada propósito.

- Características y personalización de cada red social
- Estrategias de redacción de contenido para cada red social
- Análisis de gestión y monitorización
- Cómo las redes sociales contribuyen en el trabajo diario de los investigadores/ historiadores (Bibliotecas digitales). Las más utilizadas.
- El uso de redes sociales como plataformas educativas.
- Georeferenciación en Redes Sociales.

5 “El email marketing” o “Redacción eficaz de emails”

- Email Marketing: definición
- Impacto del Email Marketing como táctica
- Principales actores
- Herramientas
- Evolución del Email Marketing

6 Redacción de contenido optimizado para buscadores.

- ¿Qué es el SEO? (Search Engine Optimization)
- Los orígenes del SEO
- La importancia de ocupar los primeros puestos en buscadores.
- Cómo redactar una página web para maximizar el SEO.
- Herramientas

7 El Community Manager y el Editor de Contenidos (Content Manager)

- La figura del Community manager como creador de contenido para las redes sociales
- La figura del Editor de Contenidos o Content Manager como creador de contenido para páginas web o blogs.
- Conocimientos con los que debe contar cada uno de estos profesionales
- Herramientas útiles para su trabajo diario.

8 La redacción del contenido como estrategia en la lógica del Inbound (estrategia de redacción de contenido que complementa buscadores, redes sociales, blogs y emails)

- Orígenes del inbound
- El objetivo del inbound: enamorar a mis usuarios.
- La metodología del inbound
- La filosofía del inbound
- El futuro del inbound.

9 “Publicidad Online” o “Difusión y Viralización del contenido”

- Publicidad online: concepto
- Principales características
- Formatos, creatividades y estándares
- Evolución
- Google Adwords: introducción
- Facebook Ads: introducción Conclusiones
- Análisis publicitario. La publicidad como recurso educativo

10 Estrategia en medios sociales

- Objetivos y canales
- La importancia de los contenidos
- Definición de las estrategias y acciones
- Calendarización por fases
- Monitorización e interpretación de los resultados

11 Analítica del contenido

- ¿Qué es analítica digital? Concepto
- ¿Qué impacto tiene la Analítica de los canales digitales en el Marketing Digital?
- ¿Por qué medir, qué medir y cómo?
- Herramientas pagas y gratuitas
- Google Analytics: introducción

12 Trabajo Final de Diplomado

- Envío de consignas para trabajo final, seguimiento y defensa oral.



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO



FACULTAD DE
FILOSOFÍA Y LETRAS

EXTENSIÓN
SECRETARÍA DE
EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

