



H. CONSEJO DEL SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

Presente

A las Comisiones de Educación y Hacienda del H. Consejo del Sistema de Universidad Virtual, la Rectora de esta dependencia ha turnado la propuesta que contiene la creación del **Curso - Taller de Facebook Ads**, para ser impartido por el Sistema de Universidad Virtual, de conformidad con la siguiente:

JUSTIFICACIÓN

- 1) Que el Sistema de Universidad Virtual, de conformidad con su Estatuto Orgánico, desde su creación ha impulsado la educación para toda la vida a través del Programa de Educación Continua.
- 2) Que la Unidad de Promoción remitió a la Rectoría del Sistema de Universidad Virtual, la propuesta de creación del **Curso - Taller de Facebook Ads**.
- 3) Que el Curso tendrá una duración de 60 horas y se podrá ofrecer de conformidad con la demanda, en forma virtual, presencial o semipresencial.
- 4) Que del expediente se desprenden los elementos que justifican la creación del curso – taller, siendo el siguiente: Con el crecimiento exponencial que ha experimentado la tecnología en los últimos años, cada vez existen más organizaciones, tanto públicas como privadas que están apostando a la transformación digital de sus actividades y, por ende, a la búsqueda de perfiles especializados al respecto.

El curso "Facebook Ads" surge entonces como una respuesta a los requerimientos del mercado profesional, de contar con recursos humanos con una visión innovadora y que conozcan y sepan aplicar diversas herramientas que son tendencia actual y futura en la eficiencia de mercado de una organización.

Es indiscutible el impacto que han tenido las redes sociales en los sistemas de comunicación humana, incluidos los sistemas publicitarios o de comunicación de negocios; sobre todo, Facebook al ser la red social más utilizada a nivel mundial ha generado una herramienta que permite a las organizaciones posicionar su marca con sistemas de inversión publicitaria más económicos. Sin embargo; el buen manejo de Facebook como herramienta publicitaria, requiere un conocimiento amplio de sus reglas de operación, así como del diseño de una estrategia sólida para impactar al mercado meta.

- 5) Que se cuenta con la planta académica necesaria para el desarrollo del programa.
- 6) Que se tienen los recursos propios para el desarrollo e implementación del **Curso - Taller de Facebook Ads**.
- 7) Que el Curso se ofrecerá por medio de la Unidad de Promoción del Sistema de Universidad Virtual.
- 8) Que esta propuesta fortalece el Programa de Educación Continua de la Universidad de Guadalajara y, en forma particular, del Sistema de Universidad Virtual; entre cuyos objetivos está brindar actualización para sus egresados, para diversos sectores de la sociedad y para el público en general, dentro del marco de referencia de educación para toda la vida.



Que los integrantes de las Comisiones de Educación y Hacienda de este H. Consejo del Sistema de Universidad Virtual, están de acuerdo en aprobar el presente dictamen, de conformidad con lo antes expuesto y con el siguiente marco jurídico:

CONSIDERANDOS

- I. La Universidad de Guadalajara es un organismo público descentralizado del Gobierno del Estado de Jalisco, con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propio, de conformidad al artículo 1º de su Ley Orgánica, promulgada por el Ejecutivo del Estado con fecha 15 de enero de 1994, en ejecución del Decreto número 14319 del H. Congreso del Estado de Jalisco.
- II. Como lo señalan las fracciones I, II y IV del artículo 5º de la Ley Orgánica de la Universidad de Guadalajara, son fines de esta Casa de Estudios, la formación y actualización de los técnicos, bachilleres, técnicos profesionales, profesionistas, graduados y demás recursos humanos que requiere el desarrollo socioeconómico del Estado; organizar, realizar, fomentar y difundir la investigación científica, tecnológica y humanística; además de coadyuvar con las autoridades educativas competentes en la orientación y promoción de la educación media superior y superior, así como en el desarrollo de la ciencia y la tecnología.
- III. Es atribución de la Universidad de Guadalajara realizar programas de docencia, investigación y difusión de la cultura, de acuerdo con los principios y orientaciones previstos en el artículo 3º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- IV. De acuerdo con el artículo 22 de la Ley Orgánica, la Universidad de Guadalajara adoptará el modelo de Red para organizar sus actividades académicas y administrativas.
- V. El Sistema de Universidad Virtual fue creado el 1º de enero de 2005 por el H. Consejo General Universitario, mediante dictamen número I/2004/372 aprobado en la sesión extraordinaria del 16 de diciembre de 2004.
- VI. Como se señala en el artículo 2º de su Estatuto Orgánico, el Sistema de Universidad Virtual es un órgano desconcentrado de la Universidad de Guadalajara, encargado de ofrecer, administrar y desarrollar programas educativos en la modalidad virtual, en los niveles medio superior y superior, así como realizar actividades de investigación, extensión y difusión de la cultura.
- VII. El Consejo del Sistema de Universidad Virtual, según lo dispone la fracción V del artículo 13 de su Estatuto Orgánico, tiene atribuciones para aprobar los cursos de actualización y diplomados.
- VIII. El Consejo del Sistema de Universidad Virtual funciona en pleno o por las comisiones que establezca de acuerdo con sus necesidades, según lo señala el artículo 14 de su Estatuto Orgánico. Entre las comisiones del Consejo se encuentran la de Educación y Hacienda.
- IX. De acuerdo con el artículo 12 del Reglamento de Cursos de Actualización y Diplomados de la Universidad de Guadalajara, el H. Consejo del Sistema de Universidad Virtual es competente para aprobar los diplomados y cursos de actualización.



- X. El Rector del Sistema de Universidad Virtual es la primera autoridad ejecutiva y tiene la atribución de ejecutar los acuerdos y dictámenes del H. Consejo de esta dependencia universitaria, de conformidad con el artículo 15 y 18 fracción XIII del Estatuto Orgánico del Sistema de Universidad Virtual.

Por lo anteriormente expuesto y con fundamento en los artículos 1º, 5º fracciones I, II y IV, 6º fracciones III y XII, 21 fracción VII de la Ley Orgánica; 4 al 21 del Reglamento de Cursos de Actualización y Diplomados, así como los artículos 2º, 13 fracción V, 14, 15 y 18 del Estatuto Orgánico del Sistema de Universidad Virtual, nos permitimos proponer los siguientes:

RESOLUTIVOS

PRIMERO. Se aprueba la creación del **Curso - Taller de Facebook Ads**, para ser operado por la Unidad de Promoción del Sistema de Universidad Virtual en la modalidad virtual, presencial o semipresencial.

SEGUNDO. Se aprueban como objetivos y contenidos del Curso - Taller, los siguientes:

Objetivo: Diseñar e implementar campañas publicitarias para difundir productos y/o servicios de manera adecuada y exitosa, utilizando las principales estrategias y herramientas de la plataforma Facebook Ads.

Contenido

Tema I. Introducción a Facebook Ads

- Facebook y sus productos.
- Uso de Facebook Ads, como medio para incrementar las ventas.
- Cambios en el algoritmo de Facebook.
- Políticas publicitarias dentro de Facebook.
- Estructura de la plataforma de negocios.

Tema II. Construcción del cliente ideal

- Importancia del uso del target.
- Herramientas para definir al cliente ideal.
- Facebook insights para la creación de un público.
- Diferencias entre público similar y personalizado.
- Estrategias para mejorar la segmentación.

Tema III. Teoría de los anuncios

- Objetivos de marketing en Facebook
- Ubicación y formatos de anuncios.
- Estrategias para la optimización.
- Experimentación de anuncios con pruebas A/B.

Tema IV. Creación de la estrategia publicitaria

- La importancia de los KPI's.
- Elaboración del embudo de conversión.



- Estimación de presupuesto.
- Plan de marketing aplicado a Facebook Ads.
- Montaje de campañas en la plataforma.
- Detalles de seguimiento de una estrategia publicitaria.

Tema V. Medición de los esfuerzos publicitarios

- Facebook analytics como una herramienta complementaria.
- Creación de reporte de resultados.
- Evaluación de métricas y resultados.

Tema VI. Combinación de esfuerzos publicitarios

- Facebook como parte de la estrategia general de marketing.
- Herramientas complementarias dentro de Facebook.
- Herramientas complementarias externas de Facebook.

TERCERO. Se aprueba como duración del curso un total de 60 horas.

CUARTO. Las fechas de impartición del Curso, así como los cupos mínimos y máximos, serán determinados por la Rectoría del Sistema de Universidad Virtual, a propuesta de la Unidad de Promoción.

QUINTO. Los participantes deberán realizar un pago de 42.2997 Unidades de Medida de Actualización (UMA).

SEXTO. Para la expedición de la respectiva constancia del curso, se requiere que el participante cumpla con el 80% de las actividades de aprendizaje programadas.

SÉPTIMO. Los recursos humanos y materiales destinados para la operación de este Curso serán los que determine la Rectoría de conformidad con el presupuesto con el que cuenta el Sistema.

OCTAVO. Facúltase a la Rectora del Sistema de Universidad Virtual para que, con fundamento en el artículo 18 fracción XIII del Estatuto Orgánico del Sistema de Universidad Virtual, ejecute el presente dictamen.

Así lo resolvieron y firmaron para constancia los miembros de las Comisiones de Educación y Hacienda del H. Consejo del Sistema de Universidad Virtual.

Atentamente

"Piensa y Trabaja"

"Año de la Transición Energética en la Universidad de Guadalajara"

Guadalajara, Jalisco, 02 de marzo de 2020

Las Comisiones conjuntas de Educación y Hacienda


Dra. María Esther Avelar Álvarez
Presidenta

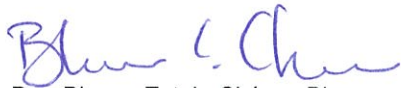


UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL
CONSEJO DEL SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

DICTAMEN SUV/014/2020

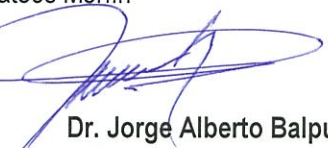
Comisión de Educación


Dra. Blanca Estela Chávez Blanco


Mtro. Gladstone Oliva Íñiguez


Mtra. Rosa María Galindo González


Dra. Laura Rebeca Mateos Morfín


Dr. Jorge Alberto Balpuesta Pérez
Secretario de Actas y Acuerdos

Comisión de Hacienda


Mtra. María del Consuelo Delgado González


Lic. Laura Topete González


Mtra. Rosa María Galindo González