



1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Optativa III				
Programa al que pertenece	Licenciatura en Mercadotecnia Digital				
Área de formación	Optativa Abierta				
Clave de la materia	IH706		Créditos		6
Horas totales del curso	60	Horas Teoría	30	Horas Práctica	30
Fecha de diseño del curso	30/11/2021		Fecha de actualización del curso		30/11/2021

2. COMPETENCIA

El estudiante elabora planes de gestión de redes sociales dirigidos a un público objetivo, mediante la proyección y el análisis de efectividad de su estrategia digital, e indicando acciones en caso de crisis en su comunidad digital; para el control de las mismas y logro eficiente de los objetivos de la organización.

3. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Plan de Social Media (redes sociales) que incluirá: estrategia digital, descripción de su Buyer Persona, objetivos SMART, calendarización y métricas a utilizar.
-------------	--

4. RECORTE DE CONTENIDO

	Tema 1	Tema 2	Tema 3	Tema 4	Tema 5
Título	El entorno digital	La importancia de la estrategia digital	La planificación de contenidos en Redes Sociales	Manejo de crisis en redes sociales	Medición de resultados



Objetivo	Reconocer las tendencias actuales en el entorno digital, así como el comportamiento de las personas en dicho ámbito.	Desarrollar estrategia digital reconociendo su importancia como primer paso para la gestión de contenidos en redes sociales.	Planificar los pasos y agentes necesarios para la proyección y gestión de contenidos en redes sociales.	Determinar los elementos clave para una correcta gestión de contenidos en redes sociales, minimizando el impacto negativo que una crisis (o mal comentario) puede ocasionar a una marca o empresa en medios digitales.	Identificar las métricas que apoyan a la evaluación y adaptación de la estrategia digital en redes sociales.
Contenido	<ul style="list-style-type: none">• Tendencias en social media• Conociendo nuestras redes sociales• Identificar la mejor red social para nuestro público	<ul style="list-style-type: none">• Creando tu estrategia digital• Análisis de la competencia• Objetivos S.M.A.R.T.	<ul style="list-style-type: none">• Equipo de Social Media• Herramientas que apoyan al equipo de social media• Creación de estilo y tonos de publicación• Frecuencia de publicaciones• Ubicación de publicaciones• Formatos de publicaciones• Calendarización de contenidos	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué es una crisis en redes sociales?• ¿Cómo manejar una crisis en redes sociales?• Manual para el manejo de crisis en redes sociales	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué es una métrica?• Métricas para tus objetivos• Métricas para cada red social



5. PRERREQUISITOS

Obligatorios	Ninguno
Recomendados	Comportamiento del Consumidor, Herramientas Digitales, Mix de Comunicación Digital, Medios BTL

6. PERFIL DEL DOCENTE PARA IMPARTIR EL CURSO

Profesor con nivel Licenciatura o Posgrado de cualquier carrera económico administrativa, diseño gráfico, comunicación gráfica, publicidad o afín, que cuente con conocimientos sobre manejo y administración de redes sociales.