

OBJETIVOS DEL CURSO:

Identificar e implementar estrategias para la correcta aplicación en de RRSS según objetivos

REQUISITOS DE INGRESO:

Conocimientos básicos de Redes Sociales

1. TENDENCIAS, CARACTERÍSTICAS Y FUNCIONALIDADES DE LAS RRSS :

- 1.1 Historia de las comunicaciones digitales
- 1.2 Estrategias digitales y las RRSS
- 1.3 Tipos de canales y RRSS
- 1.4 Conductas en las RRSS
- 1.5 Nuevas tendencias

2. HERRAMIENTAS DEL MARKETING DIGITAL EN RRSS :

- 2.1 La importancia de las herramientas y la actualización constante
- 2.2 Cómo realizar una estrategia digital y la importancia de las métricas
- 2.3 Principios de una estrategia digital
- 2.4 ZMOT o momento cero de la verdad.
 - 2.4.1 Nueva forma de compra.

3. CREACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS EN RRSS:

- 3.1 Componentes de un plan de medios digitales
- 3.2 Formatos en las RRSS.
- 3.3 Interacción del usuario en RRSS:
 - 3.3.1 Buyer persona y Customer journey.
 - 3.3.2 Reputación de marca y posicionamiento en RRSS.
- 3.4 Establecer objetivos.
- 3.5 Desarrollo y manejo de contenido.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Asistencia Mínima 50%
(Escala de 0 a 100%)

Nota Mínima 4.0
(Escala de 1.0 a 7.0)

Certifica:

UNIVERSIDAD DE
SANTIAGO DE CHILE

FACULTAD DE INGENIERÍA

CENTRO DE CAPACITACIÓN
INDUSTRIAL C.A.I.



UNIVERSIDAD
DE SANTIAGO
DE CHILE

4. ANÁLISIS DE ESTADÍSTICAS Y MEDICIÓN DE CAMPAÑAS EN RRSS:

- 4.1 Herramientas para gestionar y medir métricas en las RRSS.
- 4.2 Métricas: Segmentación y conversión
- 4.3 Proyección de inversión e indicadores de rendimiento
- 4.4 Plataformas para la implementación de un plan de RRSS.
- 4.5 Motores de búsqueda y visibilidad.

5. TALLER PRÁCTICO APLICADO “CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA PARA RRSS:

- 5.1 Presupuesto y alcance de objetivos.
- 5.2 Tácticas, estrategias y optimización según objetivos
- 5.3 Implementación de campaña en RRSS
- 5.4 Resolución y métricas finales
- 5.5 Medición y evaluación de resultados.

