



CERTIFICADO EN SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

- **Duración:** 4 meses (1 curso por mes).
- **Nivel:** Intermedio.
- **Modalidad:** 100% Online - Autogestión.
- **Dedicación estimada:** 6/8 horas semanales.

OBJETIVO

Desarrollar en el participante las capacidades para analizar una situación dada en una empresa, identificar sus necesidades en comunicación digital y proponer un plan estratégico en consecuencia. Manejo de técnicas de planificación y presupuestación para la elaboración del plan de comunicaciones, y conocimiento para definir e implementar un sistema de monitoreo dentro de un plan estratégico de social media, redactando informes efectivos para la medición de la performance de la empresa u organización en el entorno de las redes sociales.

¿POR QUÉ ESTE CERTIFICADO?

- La toma de decisiones basada en datos y tecnología se consolidó como una capacidad crítica para organizaciones de todos los sectores.
- El certificado articula fundamentos conceptuales, herramientas y aplicación práctica sobre casos reales.
- Permite transformar información y tecnología en mejoras de desempeño, control o innovación.
- Su enfoque aplicado favorece la transferencia inmediata al trabajo.

¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO?

- Jóvenes profesionales de comunicación, marketing, publicidad y afines. Consultores externos.

Ejecutivos y gerentes que trabajan en esas áreas dentro de las corporaciones.

Pequeños y medianos empresarios que quieren comprender o manejar personalmente sus comunicaciones digitales. Certificado en Social Media Management

QUÉ VA A LOGRAR EL ALUMNO

- Analizar una situación dada en una empresa, identificar sus necesidades en comunicación digital y proponer un plan estratégico en consecuencia. Manejo de técnicas de planificación y presupuestación para la elaboración del plan de comunicaciones.
- Conocimiento para definir e implementar un sistema de monitoreo dentro de un plan estratégico de social media, redactando informes efectivos para la medición de la performance de la empresa u organización en el entorno de las redes sociales.
- Comprender el fenómeno de la atención al cliente en su evolución desde el CRM hasta la Gestión de la Experiencia del Cliente (CEM) online y manejo de las variables fundamentales para implementar un programa en la práctica.
- Conocer Conocimiento del marco regulatorio y los términos y condiciones contractuales que rigen la actividad de las redes sociales para un correcto desempeño y asesoramiento a empresas y usuarios.

PLAN DE ESTUDIOS

Estrategia, Planificación y Presupuestación

MÓDULO 1: Estrategia, planificación y presupuestación

MÓDULO 2: El plan de social media

MÓDULO 3: Presupuestos

MÓDULO 4: Integración

Analítica, Evaluación y Reporte en Social Media

MÓDULO 1: Conceptos generales de Digital Analytics

MÓDULO 2: Métricas en redes sociales

MÓDULO 3: Social Listening y Social Benchmark

MÓDULO 4: Reportes

Atención al Cliente Online

MÓDULO 1: Del CRM al Social Customer Service

MÓDULO 2: Gestión de experiencia del cliente (CEM)

MÓDULO 3: Implementación del Social Command Center

MÓDULO 4: La innovación con foco en la Experiencia del cliente

Aspectos Legales de Social Media

MÓDULO 1: Introducción a las cuestiones legales en redes sociales

MÓDULO 2: Violaciones a la privacidad

MÓDULO 3: Libertad de expresión. Injurias

MÓDULO 4: Propiedad intelectual

COMPETENCIAS QUE SE VAN A DESARROLLAR

Competencias transversales

- Capacidad de integrarse con sus compañeros para lograr objetivos compartidos y generar sinergias de trabajo efectivas.
- Capacidad de examinar metódicamente una realidad o situación y asumir una valoración fundada frente a ella.
- Capacidad para diseñar nuevas alternativas de solución a problemas existentes basadas en conocimiento formal y aplicación práctica.

Competencias específicas

- Analizar una situación dada en una empresa, identificar sus necesidades en comunicación digital y proponer un plan estratégico en consecuencia. Manejo de técnicas de planificación y presupuestación para la elaboración del plan de comunicaciones
- Conocimiento para definir e implementar un sistema de monitoreo dentro de un plan estratégico de social media, redactando informes efectivos para la medición de la performance de la empresa u organización en el entorno de las redes sociales
- El fenómeno de la atención al cliente en su evolución desde el CRM hasta la Gestión de la Experiencia del Cliente (CEM) online y manejo de las variables fundamentales para implementar un programa en la práctica
- Conocer Conocimiento del marco regulatorio y los términos y condiciones contractuales que rigen la actividad de las redes sociales para un correcto desempeño y asesoramiento a empresas y usuarios

PERFIL DEL EGRESADO

El Certificado le otorgará al egresado la capacidad para desempeñarse con conocimiento, aptitudes y habilidades en la gestión de comunicaciones corporativas en redes sociales. El egresado sabrá cuáles son las principales redes sociales y cómo funcionan, como asimismo cuáles son las tendencias en este ámbito. Saldrá preparado para desarrollar la presencia de una marca en canales de social media, manejando las claves para la producción de contenido y la generación y manejo de conversaciones. Conocerá las principales herramientas para hacer un trabajo profesional y eficiente en este campo.