



UNICDA
UNIVERSIDAD DOMINICANA AMERICANA

DIPLOMADO EN REDES SOCIALES ENFOCADAS A NEGOCIOS

ÍNDICE

DESCRIPCIÓN	3
OBJETIVOS	3
A QUIÉN VA DIRIGIDO	3
METODOLOGÍA	4
PLAN DE ESTUDIO	5
FACILITADORES	8
INVERSIÓN Y FORMAS DE PAGO	13
FORMULARIO INSCRIPCIÓN	14
CONTACTO	15



DESCRIPCIÓN:

Programa de 90 horas sobre las herramientas, métodos y técnicas necesarias para aplicar de manera integral las herramientas de redes sociales. Al finalizar el diplomado, el participante estará entrenado para emplear los conocimientos profesionalmente y brindar el servicio de Dirección, Gestión y Community Manager a nivel empresarial e institucional.

OBJETIVOS:

Dotar a los participantes de los conocimientos y herramientas para el desarrollo de un proyecto de social media, gestión, programación y analítica web.

A QUIÉN VA DIRIGIDO:

Empresarios y personal de empresas privadas, públicas y organizaciones no gubernamentales, así como también, de gerentes o miembros de equipos de Social Media Plan.



METODOLOGÍA :

El diplomado en Redes Sociales Enfocadas a Negocios consta de 90 horas presenciales. La formación fomenta la participación activa y variada, distribuyéndose entre:

Clases Presenciales

Clases en línea con una plataforma de E-learning

Documentación sobre cada módulo docente: apuntes en pdf con el contenido de la materia recibida, infografías, lecturas recomendadas, ebooks.

Evaluaciones de cada módulo para medir lo aprendido. La evaluación de los módulos, la cual se realizará mediante:

Pruebas de Evaluación Continua (PEC), consistentes en prácticas que el alumno deberá realizar individualmente y donde aplicará los contenidos desarrollados en cada módulo.

Foro online donde cada alumno comparte opiniones, solucionan dudas y ponen en común los conocimientos adquiridos para generar sinergias. Presentación de un proyecto final.

REQUISITOS :

Tener laptop y Tablet para las prácticas en el curso y asignación de trabajo. Hay disponible WIFI para los integrantes del Diplomado.

PLAN DE ESTUDIOS:

Módulo 1: Introducción al Marketing Digital

- Introducción Redes Sociales.
- Generalidades: Facebook | Twitter | Instagram | Pinterest | Youtube
- Facebook: Creación de un Page
- Facebook: Perfil personal Vs Perfil de Empresa.
- Aplicaciones y Widgets más usados en Facebook
- Facebook: Estadísticas.
- Análisis del escenario en el que se encuentra la marca
- Auditoria de la competencia
- Confección de tablas de comparación.
- Levantamiento de información.
- Introducción: SocialBro.
- Propósito e importancia de la elaboración de un plan de Comunicación
- El Social Media Plan
- Definición de estrategias, línea de comunicación y elección de medios.
- Protocolos de respuestas.
- El Plan de Comunicación | Función & Estructura
- Calendario de contenidos en Social Media
- Arquitectura de una campaña de marketing en Internet
- Facebook & Twitter: Campañas
- ¿Cómo funciona una empresa de Redes Sociales?
- Práctica final: Presentación a un cliente.

Módulo 2: Fotografía Digital + videos

- Historia y Evolución de equipos fotográficos
- Introducción a la fotografía móvil (GPS)
- La fotografía, el arte de escribir con la luz.
- Modos y Configuración.
- Aplicaciones y Casos de Estudios usando Instagram + Videos HD
- Creación | Edición (Herramientas) | Almacenamiento (Organización)
- Cobertura de Eventos
- Uso adecuado de las fotografías en las Redes Sociales | Estrategias
- Práctica final: Ensamblar portafolio fotográfico del proyecto.

Módulo 3: Estrategias de Marketing Contenido.

1. Creación de estrategia de contenido de la marca. Caso de estudio.
2. Creación de Manual de uso de redes sociales para tu marca: valores y voz de la marca.
 - 2.1 Identificación de tu target.
 - 2.2 Equipo de respuesta.
 - 2.3 Tiempo de respuesta. Teoría y práctica.
3. Creación del calendario de contenido para redes sociales. Teoría y práctica.
4. Tratamiento de la información en cada red social. Prácticas.
5. Mercadeo de contenido y posicionamiento de marca. - Teoría y mejores prácticas
 - 5.1 Práctica final: Presentación Caso de Marketing Contenido.

Módulo 4: Estrategias de Campañas Publicitarias

1. Campañas y concursos en Facebook
- 2.1 Facebooks Ads
- 2.2 Google Ads
- 2.3 Optimización de la campaña.
2. Generación nuevas oportunidades de negocios
3. Manejo y ejecución diaria de las cuentas de Redes Sociales | Posteo e Interacciones
- 5.2 Práctica final: Presentación de Modelo Campaña.

Módulo 5: Branding Personal, Gestión de la Reputación online en la empresa. Protocolo de gestión y protocolo de crisis.

- Qué es la Marca Personal o Personal Branding.
- Herramientas para construir nuestra marca personal: El Blog.
- Conceptos Básicos de Blog | Wordpress.
- Razones por que debes tener un blog corporativo.
- ¿Qué es la reputación online?
- Metodología de trabajo en reputación online.
- Tácticas útiles para gestionar la reputación.
- Cómo actuar ante una crisis de reputación.
- Prevenir la crisis.
- Protocolo de gestión de la reputación online.
- Protocolo de crisis.
- Crisis como oportunidad.
- Casos de éxito y fracaso sobre gestión de la reputación.
- El Storytelling
- ¿Qué es un Community Manager?
- Funciones de un Community Manager
- El día a día de un Community Manager
- Tipos de usuarios a los que nos enfrentamos a diario.
- Fidelizar y atraer nuevos clientes.
- Herramientas Google: Descripción y uso.
- Diseño y Manejo de Contenidos.
- Práctica final: Crear un Blog.

Módulo 6: SEO y SEM, Marketing en buscadores. Técnicas para la mejora de nuestro posicionamiento.

- Cómo funciona un buscador
- Fundamentos en buscadores
- ¿Cómo funciona Google?
- Características del SEO y SEM en la Web Social.
- SEO: Posicionamiento en Buscadores
- SEM: Marketing en buscadores
- ¿Cuáles son las diferencias entre el SEO y el SEM?
- Algoritmos de búsqueda. Keywords, tags y metatags.
- Optimización de Contenido
- Elementos a optimizar on site, on page y off site
- Monitoreo Online | Conceptos & Herramientas.
- Analítica | Conceptos & Objetivos
- KPI's | KPI's Key Performance Indicator por plataformas
- Insights | Herramientas
- Reportería | Importancia & Formatos
- ROI | Conceptos Generales
- Práctica final: Crear un modelo de análisis de proyecto.

Módulo 7: Geolocalización y Email Marketing. Beneficios del email marketing

1. ¿Qué es la Geolocalización?
 - 1.1 Geomarketing
 - 1.2 Geolocalización en Social Media y Geoposicionamiento.
 - 1.3 Solomo
2. Aplicaciones
 - 2.1 Por base cartográfica: Google Maps, Google Earth, Bing Maps & Open Street Maps.
 - 2.2 Por gestión especial: Sistema de Información Geográfica
 - 2.3 Por Geolocalización por Internet: Google Maps
 - 2.4 Por Geolocalización Social: Facebook Places, Foursquare, Wase
- 3 Geolocalización y Negocios
 - 3.1 Geolocalización: Planificación y Medios Sociales.
 - 3.1.1 Foursquare
 - 3.1.2 Foursquare para Negocios.
4. Introducción al email marketing.
5. Beneficios del email marketing.
 - 5.1 Las listas.
 - 5.2 El mensaje.
 - 5.3 Creatividad.
 - 5.4 Ideas para la creación de la base de datos.
 - 5.5 Plataformas recomendadas para su implementación.
 - 5.6 Consejos para optimizar una landing page.
6. Casos Prácticos
 - 6.1 Práctica final: Ensamblar una campaña de negocio email marketing.

Módulo 8: LinkedIn en las Empresas y negocios.

- 1 ¿Qué es la LinkedIn?
 - 1.1 Crea URL propia
 - 1.2 Contenido con SEO y palabras claves. Contenido en varios idiomas.
 - 1.3 Crear y unirse a grupos relevantes, de acuerdo a intereses.
 - 1.4 Recomendaciones y endorsements: posicionarte como profesional.
 - 1.5 Crear una red de contactos de calidad.
 - 1.6 Crear perfil atractivo para Headhunters.
 - 1.7 Buscar y filtrar contactos utilizando la búsqueda avanzada.
- 2 Aplicaciones: Diferénciate del resto.
 - 2.1 Potenciar el linkedin con las aplicaciones
 - 2.2 Subir documentos, presentaciones y videos.
 - 2.3 Generar contenido valor en tu perfil de LinkedIn..
- 3 LinkedIn en los negocios.
 - 3.1 Crear una página empresarial.
 - 3.2 Crear comunidades profesionales alrededor de la marca.
 - 3.3 Generar contenido especializado B2B.
 - 3.4 LinkedIn como herramienta de Employer Branding.
 - 3.5 Práctica final: Ensamblar su perfil personal y de empresa.

Módulo 9: Propiedad Intelectual y Derecho de Autor 2.0

1. Nociones Básicas de Propiedad Intelectual y Derecho de Autor 2.0
2. Historia del Derecho de Autor
3. Marco Normativo en la República Dominicana
4. Aspectos Protegidos
5. Titularidad
6. Alcances de la Protección
7. Registro de Obras
8. Uso correcto de Obras Protegidas
9. Sanciones por la violación del derecho de autor.

FACILITADORES:

MARLENE MENDIETA VÁSQUEZ

Gerente de Marca, Laboratorios Dr. Collado República Dominicana. Web: <http://www.gruponajri.com.do/>

Coordinador del Diplomado de Redes Enfocadas para Negocios.

Mercadóloga con más de 12 años de experiencia en el manejo de marcas de Restaurantes, productos de consumo masivo y marcas de prestigio nacionales e internacionales, ha trabajado para multinacionales como L'OREAL, Procter & Gamble, Coty Prestige, Coty Beauty, Elizabeth Arden a nivel nacional a través de distribuidores exclusivos.

Twitter: @marlinmendieta | Linked In

ALBERTO MARTÍNEZ

CEO del BUFEO.COM Lic. En Informática, Maestría en Multimedia, Fotógrafo Profesional. Web: www.bufeocom.com

Pincel Digital SRL y Bufeocom Grupo Multimedia SRL Twitter – Facebook - Instagram: bufeocom

Twitter: @AlbertoMRod | @bufeocom

ANABELLE PÉREZ

CEO-Photographer de Belle Portrait & Artista Visual. Lic. Comunicación Social, MBA en Empresas Culturales (USAL) Web: <http://belleportrait.com/>

Fotógrafa con especialidad en retrato, gastronomía y composición artística con vasta experiencia en el mercado editorial y creativo. Desarrollo de contenido fotográfico para individuales, empresas y festivales culturales.

SOSSY VEGA

Profesional de la Comunicación Corporativa - Máster en Gestión de la Comunicación de Marketing profesional de la Comunicación Social, con maestría en Gestión de la Comunicación de Marketing y especialidad en redes sociales para negocios. Experiencia en relaciones públicas, marketing de contenidos y SEO, y desarrollo de engagement; construyendo historias de valor, entablando conversaciones de calidad y posicionando marcas en la mente y corazón de las audiencias. Estrategias de comunicación corporativa, manejo de reputación y producción de contenido.

IVÁN TEJEDA

Social Media Manager at Rubycom Web: <http://www.rubycom.com>

Especialista en Social Media y marketing digital. Radica en el Performance Marketing, que consiste en medir los resultados concretos, optimizar cuidadosamente cada punto de las campañas que se encuentren responsabilidad y cumplir con los objetivos propuestos al cliente.

Especialidad en: SEM/PPC, estrategias enfocadas a dispositivos móviles, SEO, Google Edwards, Facebook Ads, Twitter Ads. | Linked In

EDGAR ARGÜELLO

Estratega – Asesor Social Media, Digital Storyteller, Community Manager, Editor Contenido, Conferencista Internacional

Web: <http://www.traductor.com.do>

Ingeniero Comercial bilingüe graduado de la Universidad del Pacífico de Chile con más de 15 años de experiencia en Marketing Digital. Ha participado en el TycSocial 2015, ExpoCapacitando 2015 y fue nominado como mejor Community Manager del 2012 por los TwitAwards.

Twitter: @edgarucho73 | Linked In

CAROLINA RONDON

Comunicación Corporativa | Social Media Marketing. Web: <http://carolinarondon.com/>

Lic. en Comunicación Social. Maestría en Ciencias, Tecnología de los Medios y la Comunicación de la Universidad Rochester Institute of Technology.

Profesional de la comunicación con sólida trayectoria en la creación de planes estratégicos de imagen corporativa, diseño y marketing digital. Capacitada para crear soluciones de comunicación, utilizando una amplia gama de tecnologías en entornos tradicionales y digitales.

Twitter: @carolinarondond | Linked In

ROSANNA CRUZ BETANCES

Periodista | Social Media Manager | Community Manager

Licenciada en Comunicación Social por la UCSD con un máster en Periodismo Digital en la Universidad Antonio de Nebrija en Madrid, España. Encargada del equipo de Redes Sociales de Medios Informativos (Telenoticias y Arte y Medio) de Telesistema Canal 11. Con experiencia en planificación, diseño y ejecución de estrategias para medios digitales; y en manejo de reputación online y producción de contenido.

ROSA RIJO MANAGER

Lic. en Publicidad, con post-grado en Mercadeo, experiencia en el Desarrollo de Estrategias de Comunicación Digital, Marketing Interactivo y publicidad online, eMarketing, Identidad corporativa digital, Marketing Viral, Estrategias de posicionamiento online, Marca Personal, Social Media Management. Contenido Digital Martí Petroleum Group Web: <http://www.rosarijo.com>

Twitter: @Rredessociales | Linked In

MARTHA PETITON ROBLES

CEO de FDTRA INER Web:<http://www.fdtrainer.com>

Lic. En Contabilidad, especializada en finanzas Corporativas. CEO de FDTRAINER.COM y MARTHAPETITON.COM, con operaciones inmobiliarias y Asesora Corporativa para firmas en la República Dominicana.

Twitter: @mpetiton | Linked In

IGNAURA TEJEDA SOLIMÁN

Social Media, Content Management Online Marketing. Occidental Vacation Club, Desarrolla la estrategia de contenido y planes de publicación en las diferentes plataformas digitales de la empresa, tomando en cuenta la optimización de los mismos en cuanto al SEO. Gestionar, crear y desarrollar el contenido diario de las Redes Sociales de la empresa, así como el blog corporativo y boletín mensual de socios.

Embajadora para la comunidad de LATAM-Hootsuite Media

Twitter: @Ignaura | Linked In

GABRIELA MEJIA TRINIDAD

Consultora de Marketing Digital, HootSuite Community Ambassador, Especialista en SEO, Community Manager. Web: <http://www.factoryrd.com/>

Licenciada en Mercadeo, egresada del Instituto Tecnológico de Santo Domingo, Máster en Mercadeo y Máster en Marketing Digital, ventas y comercio electrónico. Experiencia de más de 5 años en Marketing Online, buscadores (SEO), organización de eventos y RRPP. Certificada en Google Ads y Google Partner en dominicana Hootsuite en RD.

PAMELY HERNÁNDEZ

Coordinadora del diplomado de Mercadeo en Redes Sociales en la Universidad Nacional Tecnológica UNNATEC Web: <https://pamelyhp.wordpress.com/>. Social Media Manager, Instructora de Estrategia Social media, Gestión Community Management, Analítica y Reportería.

Universidad Complutense de Madrid-Comunicación Corporativa, Publicitaria y Política, Comunicación.

LOYDA DE LA CRUZ DIGITAL

Project Manager en Partners Ogilvy. República Dominicana

Licenciada en Administración de empresas con maestrías en Mercadeo de la Universidad INTEC Y Comunicación Digital de la Universidad a Distancia de Madrid. Marketing y Colocación Digital, Social Media Marketing, Geo- targeting y geo-referencia turística.

Twitter: @LoydaDeLaCruz | Linked In

LIC. RENNY TERRERO

Abogado Especialista en Derecho Inmobiliario. Con experiencias en el sector inmobiliario, especialidad en casos de inmuebles adjudicados en proceso de liquidación. Con más de 10 año de experiencia en el ramo.

Twitter: @r_terrero



CERTIFICADO:

El certificado del diplomado Redes Sociales Enfocadas a Negocios será expedido por la Universidad Dominico Americano. El alumno recibirá un diploma certificando la formación recibida tras superar satisfactoriamente todas las evaluaciones, prácticas y las horas presenciales del Diplomado.

INVERSIÓN Y FORMA DE PAGO:

El costo del Diplomado es de RD\$22,500 pesos dominicanos.

Forma de pago: Las formas de pago admitidas son: efectivo, tarjeta de crédito, cheque de administración y transferencia a cuenta bancaria.

1. Inscripción individual:

A. : Pago convencional

- i. Llenar formulario SI-01
- ii. Pagar el 40% de avance : RD\$9,000.00 pesos.
- iii. Pagar dos (2) cuotas de : RD\$6,750.00 pesos.

Nota:

Al cumplirse el mes de haber iniciado el diplomado se vence la 1era. cuota. Si se paga con retraso se pagará un cargo de un 10% del valor adeudado.

B. Depósito o transferencia:

- Banco Popular Dominicano
- Cuenta corriente número: 828134031

Nota: Enviar vía correo electrónico el voucher a: ventas@icda.edu.do con copia a cobros2@icda.edu.do. Teléfono: 809-535-0665 ext. 2321 y 2322.

C. Línea de crédito de FUNDAPEC:

- Llenar formulario SI-01
- Completar e imprimir formulario de solicitud de crédito en línea: <https://www.fundapec.edu.do/>

2. Inscripción Empresarial:

- a) Llenar formulario SI-01
 - b) Carta compromiso de la empresa, sellada y firmada
2. Inscripción Empresarial:
- a) Llenar formulario SI-01
 - b) Traer carta compromiso de la empresa, sellada y firmada por la persona responsable del pago.

DESCUENTO:

Se dispone de descuentos aplicables en las siguientes condiciones:

1. Público General:

- a) 10% de descuento por pago total en efectivo o depósito en cuenta.
- b) 7.5% de descuento por pago total con tarjeta de crédito.

2. Público Empresarial:

- c) 5% de descuento de 3 a 5 participantes
- d) 10% de descuento de 6 a 10 participantes
- e) 15% de descuento de 11 participantes en adelante

“PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS”

FORMULARIO INSCRIPCIÓN



Unidad de Postgrado y Educación Continuada

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN Y SOLICITUD DE CRÉDITO SI-01

A CREDITO SI () NO ()

PAGADO POR EMPRESA SI () NO ()
% QUE PAGA LA EMPRESA _____ % RD\$ _____

FACTURAR A LA EMPRESA		RNC		FECHA DE INSCRIPCION / /	
NOMBRES		APELLIDOS		NIVEL ACADEMICO ALCANZADO	
CEDULA O PASAPORTE - -	SEXO FEM. () MASC. ()	FECHA NACIMIENTO / /		LUGAR DE NACIMIENTO	
ESTADO CIVIL SOLTERO () CASADO ()	TELEFONO RESIDENCIAL () -	CELULAR / BEEPER () -		E-MAIL	
DIRECCION ACTUAL		LOCALIDAD		TRABAJA SI () NO ()	
NOMBRE DE LA EMPRESA DONDE TRABAJA		PERSONA DE CONTACTO/ PAGO		DIRECCION DE EMPRESA	
CARGO ACTUAL	DEPARTAMENTO	TELEFONO (S) EMPRESA () -		EXTENSION () FAX () -	
HA PARTICIPADO ANTERIORMENTE EN OTROS CURSOS DE UNICDA SI () NO ()		NOMBRE CONYUGE O PARIENTE		TELEFONO CONYUGE O PARIENTE () -	
FACTURA O CARTA AUTORIZADA DE EMPLEADOR SI () NO ()		PORQUE MEDIO SE ENTERO DE ESTE CURSO			
PROGRAMA					
TITULO DEL DIPLOMADO O CURSO				GRUPO	
DURACION	HORARIO-DIAS	FECHA INICIO / / 20		FECHA TERMINO / / 20	
PARA USO EXCLUSIVO DE UNICDA					
COSTO TOTAL DEL DIPLOMADO O CURSO RD\$		COSTO A PAGAR POR INSCRIPCION RD\$		BALANCE PENDIENTE A PAGAR RD\$	
MODALIDAD DE PAGOS	1ERA CUOTA RD\$	2DA CUOTA RD\$			
FECHA DE PAGOS	1RA / / 20	2DA / / 20			
POLITICA DE REEMBOLSO Y COMPROMISO DE PAGO					
Se devolverá el dinero que pague el participante solamente en el caso de que el curso o diplomado sea cancelado.		COMPROMISO DE PAGO: Me comprometo a pagar en las fechas indicadas y los montos estipulados en este formulario. En caso de faltar, autorizo a cancelar mi derecho de seguir participando en clases.			
FIRMA DEL PERSONAL DE UNICDA Y/O CENTRO DE GERENCIA	FIRMA DEL PARTICIPANTE		FIRMA AUTORIZADA POR REGISTRO		

CONTACTO:

Información adicional e inscripción

Universidad Domingo Americano

Web: www.unicda.edu.do

Twitter: @EIDominico

Facebook e Instagram:

@EIDominicoAmericano

Tel: 809-535-0665 **Opción 3**

Flotas: 829-417-1464 y 829-748-5144 /5145

Email: ventas@icda.edu.do

**Av. Abraham Lincoln #21. Santo Domingo,
República Dominicana**

