

Diplomatura

Introducción al Marketing Online y Redes Sociales

La complejidad de la esfera pública en la actualidad, en donde el universo de los vínculos Personales, Laborales e Institucionales se desarrolla y visibiliza a través del Mundo Digital, exigen un nivel de conocimiento y actualización constante, en particular para aquellas personas que ven las múltiples oportunidades laborales las nuevas tecnologías.

Para ello, el curso propone avanzar en la comprensión de las características del mundo digital, los modelos de negocios existentes, las oportunidades de cara el futuro y el manejo avanzado de las redes sociales, focalizando en que los participantes puedan obtener nuevas oportunidades en sus actuales trabajos o en la búsqueda en el mercado laboral.

Objetivos:

Los objetivos que se plantean para el Curso de Introducción al Marketing Online y Redes Sociales para los Alumnos son:

- ✓ Comprender los conceptos y terminologías del mundo digital.
- ✓ Entender las distintas lógicas de negocios y el funcionamiento de la Pauta Online.
- ✓ Obtener competencias digitales para tener nuevas oportunidades en el mercado laboral (Mundo Agencia o para un Negocio Propio)
- ✓ Ver casos Prácticos de distintas industrias contadas profesionales del rubro.
- ✓ Aprender a planificar y ejecutar un plan de Marketing.

Contenidos:

MÓDULO 1 *Prof. Lucas Tanaka*

Introducción al mundo digital.

Motores de Búsqueda

Conceptos SEO y SEM

Trabajo Practico de la Coursada.

MÓDULO 2 *Prof. Lucas Tanaka*

Fuetes de Trafico

Orígenes de tráfico y Google Analytics.

Terminología

MÓDULO 3 *Prof. Marcos Felsestein y Lucas Tanaka*

Googles Ads

Redes de Paid Search.

Google Adwords

Real Time Bidding.

Esquemas de CPM, CPA y CPC.

MÓDULO 4 *Prof. Marcos Felsestein Lucas Tanaka*

Facebook Ads

Campañas en Facebook

Objetivos, estrategias y audiencias.

Tipo de publicidades

MÓDULO 5 *Prof. Trinidad Llambías y Lucas Tanaka*

Redes Sociales

Desarrollo de las Redes sociales.

MÓDULO 6 *Prof. Lucas Tanaka y Lucas Tanaka*

Community Manager.

Competencias de un CM (Community Manager). Armado de contenidos, respuesta a consultas. La voz de la marca. Atención al cliente.

Uso y tratamiento responsable. Casos de crisis en Redes Sociales. Casos de éxito.

MÓDULO 7 *Prof. Lucas Tanaka*

Clase Virtual.

Tema a definir y Ejercicio Practico.

MÓDULO 8 *Prof. Lucas Tanaka y Gonzalo Llambias*

Atención al cliente integral / Robótica

Riesgo Reputacional

Telemarketing y Mailing.

Estrategias de atención al cliente.

Robótica

MÓDULO 9 *Prof. Lucas Tanaka y Gonzalo Farrus*

Programática y lo que viene

Tendencias para lo que viene en el mundo digital. Inteligencia Artificial y Big Data.

MÓDULO 10 *Prof. Elizabeth de Souza y Lucas Tanaka*

El Mundo de las Agencias

Como Funciona una Agencia

Áreas de las Agencias

Brief, Producción e Informes.

MÓDULO 11 *Prof. Elizabeth de Souza y Lucas Tanaka*

Personal Branding

Posicionamiento personal en Internet.

MÓDULO 12 *Prof. Lucas Tanaka*

Cierre

Entrega/Exposición de Trabajo Final de Curso.

Cuerpo Académico

Director: Lic. Lucas Tanaka

Coordinadora: Lic. Trinidad Llambías

Docentes:

- Lucas Tanaka (Profesor de Recursos Informáticos y Multimediales en la Carrera de Comunicación Social – USI)
- Trinidad Llambías (Profesora e Investigadora en el área de Nuevas Tecnologías de la Información en la Carrera de Comunicación Social, y Directora de Admisiones – USI)
- Gonzalo Farrus (Consultor Programático y DOOH + 14 años Marketing Digital, Profesor en Digital House de Audiencias Programáticas)
- Marcos Felsestein (Ex Punto Fox y Frubis)
- Elizabeth de Souza (Profesora de las materias "Publicidad y Marketing" e "Imagen Institucional" de la Carrera de Comunicación Social)
- Gonzalo Llambias (Profesor de Matemáticas y consultor en Sistemas)

Detalles administrativos:

Duración: 3 meses (12 clases)

Cantidad de horas totales: 54hs. (30 presenciales y 24 de tutorías/corrección)

Fecha de inicio: 4 de septiembre de 2019.

Día y hora: miércoles de 18:30 a 21:30

Modalidad: presencial.

Condiciones de aprobación del curso

Los alumnos deberán contar con un 75% de asistencia.

Realizarán un Trabajo Final de Curso (TFC) que consistirá en la presentación de un Caso de Estudio, que aborde una o varias de las temáticas discutidas durante el curso.

Las consignas y características específicas del TFC se pondrán en conocimiento de los estudiantes en la plataforma virtual, el día del comienzo del curso.

Certificado Académico

"Iniciación en la Gestión de Redes Sociales y Marketing Digital"

El certificado que se otorga corresponde a un trayecto formativo de Extensión Universitaria aprobado por Resolución de Rectorado 038/17.

Aranceles

Arancel total: \$10.000.-

Arancel total Pronto Pago (abonando 15 días antes del inicio): \$9.000.-

Arancel en cuotas: matrícula y 3 cuotas de \$ 2.500.- (el valor de la matrícula es igual al de las cuotas)

LOS EGRESADOS DE LA "USI" POSEEN UN DESCUENTO ESPECIAL DEL 15%

Procedimiento para la inscripción

- 1) Completar el siguiente [formulario on-line](#)
- 2) Formas de pago: tarjeta de crédito VISA o débito en cuenta bancaria.

Informes e Inscripción

Admisiones Diplomaturas

Av. Del Libertador 17175, Beccar (B1643CRD), Bs.As., Argentina

E-mail: extension@usi.edu.ar

Tel.: 4732-3030 opción 2