

Marketing en *Redes Sociales*



Rosario
GSB

Graduate School of Business
Universidad del Rosario

Learning
Hub

Educación Continua
y Consultoría



Rosario
GSB

Graduate School of Business
Universidad del Rosario

Desde el **2017 el Rosario GSB - Graduate School of Business** se ha consolidado como una escuela orientada a la formación posgradual en el campo de los negocios y las organizaciones en el sector privado y público. Nuestro propósito central es ofrecer programas de formación directiva orientados a la creación, crecimiento e innovación en los negocios para agregar valor a las empresas en el contexto local e internacional.

Trascendemos talento formando magísteres, considerando las siguientes premisas:

- ◆ Liderazgo adaptativo.
- ◆ Inteligencia colaborativa.
- ◆ Pensamiento con sentido por la vida, la familia y la profesión.

Somos la
3^a mejor escuela de negocios en Bogotá,
según el **ranking América Economía.**



¡Lidera el mundo digital implementando estrategias exitosas!



Duración:
2 semanas (12 horas)



Acceso remoto

Lunes y miércoles
6:00 p.m. a 9:00 p.m.



Dirigido a:

Profesionales en marketing, administración, publicidad, ingeniería, relaciones públicas y áreas de comunicación que tengan un rol decisivo en promover estrategias de comunicación, mercadeo y ventas, basadas en medios digitales como Internet y las redes sociales.



Conferencista:

- **Manuel Caro**

Pionero en Latinoamérica en crear el concepto “agencia digital de marketing”.

Primer latinoamericano certificado en inbound marketing.

Sobre el **programa**

La gran revolución del internet ha sido liderada por el **auge de las redes sociales** dentro de las preferencias de uso de la casi totalidad de las personas que tienen acceso a los medios digitales. Las cifras son apabullantes, pues tan solo Facebook cuenta ya con casi **3 mil millones** de usuarios en el mundo, y tan solo en Colombia más de 35 millones de personas entran a esta red social todos los meses.

Esa adopción de las redes sociales como canal de entrada a lo digital, las convierte en el medio de **comunicación y negocios más atractivo que se encuentra hoy en día para cualquier marca o negocio**. Pero moverse en ellas de manera exitosa requiere por parte de los encargados por las empresas de ciertas habilidades y sacrificios, tales como el que logren separar su entendimiento personal del uso de las redes del que debería acometer su marca, y seguidamente, entender que se trata de un medio donde las marcas no son, de entrada, bienvenidas.

Beneficios

Brindar un enfoque de negocios a la presencia en redes sociales para las marcas.

Entender los roles que componen un equipo completo de manejo de redes sociales.

Conocer las principales redes sociales que se usan en mercadeo en nuestra región.

Dotar al estudiante de una metodología concreta para emprender acciones de mercadeo en redes sociales: el Modelo C3I® creado por el instructor de este curso.

Conocer herramientas de apoyo en las labores de Investigación, Planeación y Ejecución en Medios Sociales.





Contenido *temático*

Módulo 1

Del Social Media al Social Media Marketing

- › Se llevará a cabo una previa sesión de presentación de casos de los asistentes, que serán la base de los ejemplos que se emplearán durante el curso.
- › Entender en qué consisten los medios sociales, como clasificar las diferentes redes sociales según su beneficio o su tecnología.
- › Relacionar los principios de mercadeo que se involucran con estas tácticas

Módulo 2

Planeación Estratégica en Social Media Marketing: El Modelo CIII

- › Entendiendo la métrica más importante del Social Media Marketing: el Engagement.
- › ¿Qué es el Engagement Rate?
- › Explicación y ejemplificación del modelo CIII
- › Conectar con los consumidores.
- › Involucrar con los intereses de la marca.
- › Influenciar a los pares.
- › Integrar las plataformas para poder generar retorno.

Módulo 3

Desmitificando el Community Management.

- › Redefinición del Community Management, porque las compañías necesitan más Social Media Manager y menos Community Managers.
- › Definición de perfiles involucrados en un equipo Social Media.

Módulo 4

Involucramiento con las Redes Sociales más comunes y afines a los diferentes sectores de la economía.

- › Análisis de los recursos que aportan al marketing desde Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, TikTok, etc.
- › ¿Qué se puede medir en redes sociales?
- › Herramientas que se usan para monitorear y evidenciar los resultados de las acciones de Social Media Manager.
- › Consultoría Final de casos individual desarrollados por los asistentes.

¿Tienes dudas o requieres
más información?

Contactanos



Angie Dayan Rodríguez
Ejecutiva comercial



educon1@urosario.edu.co



+57 320 3631921



Escanea el código
QR para escribirle a
Angie Rodríguez



Rosario
GSB

Graduate School of Business
Universidad del Rosario

Learning
Hub