



letrada

EDUCACIÓN CONTINUA

DIPLOMADO EN

COMMUNITY MANAGEMENT

Mención en: UX Writing e Influencia Digital

PROGRAMACIÓN

Módulo

5

Herramientas
Digitales para
Pauta y
Plataformas

40 horas
académicas



Horario:
18h30 a 20h00



Programación y Contenido - **Módulo 5**

Herramientas Digitales para Pauta y Plataformas



OBJETIVO GENERAL

Proporcionar a los participantes las habilidades y herramientas necesarias para destacar en la creación de pautas en redes sociales, permitiéndoles impulsar la visibilidad, el compromiso y el éxito de su presencia en línea.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comprender los principios básicos del diseño de pautas para redes sociales.
- Familiarizarse con una variedad de herramientas digitales específicas para la creación de pautas en redes sociales, incluyendo plataformas de gestión de redes sociales.
- Aprender técnicas avanzadas que les permitan crear pautas atractivas, profesionales y coherentes con la identidad de marca de su organización.
- Dominar el proceso de programación y publicación de pautas en redes sociales, incluyendo la optimización de formatos, tamaños y horarios de publicación.
- Desarrollar estrategias efectivas para medir el rendimiento de las pautas y realizar ajustes basados en datos para mejorar continuamente su efectividad.

JUSTIFICACIÓN

En el mundo actual, la presencia en las redes sociales es indispensable para cualquier empresa, organización o profesional que busque alcanzar y comprometerse con su audiencia de manera efectiva. Sin embargo, el simple acto de estar presente en estas plataformas ya no es suficiente; es crucial desarrollar estrategias de contenido sólidas y bien planificadas que permitan destacar en un entorno digital cada vez más saturado y competitivo.

Programación y Contenido - **Módulo 5**

Herramientas Digitales para Pauta y Plataformas



Es en este contexto que surge la necesidad de un curso dedicado a enseñar herramientas digitales específicas para la creación de pautas en redes sociales. Estas herramientas no solo simplifican y agilizan el proceso de diseño y programación de contenido, sino que también ofrecen funcionalidades avanzadas que permiten optimizar y personalizar las pautas para maximizar su impacto y alcance.

El objetivo principal de este curso es capacitar a los participantes para que dominen el uso de esas herramientas digitales especializadas en la creación de pautas en redes sociales.

En resumen, este curso proporcionará a los participantes las habilidades y herramientas necesarias para destacar en la creación de pautas en redes sociales, permitiéndoles impulsar la visibilidad, el compromiso y el éxito de su presencia en línea. Estamos seguros de que esta experiencia educativa será invaluable para cualquier persona interesada en sobresalir en el competitivo mundo del marketing digital y las redes sociales.

El curso de Herramientas Digitales para Pautas y Plataformas se apoya y complementa con los cursos – módulos del Diplomado en Community Management - Letrada Educación Continua: Marketing de Contenidos; Storytelling, Diseño Estratégico y Herramientas para Producción de Contenidos. Los cuáles están dirigidos a todos quienes deseen profundizarse en conceptos de comunicación visual estratégica y herramientas de gestión de marca para potenciar un negocio o servicio.

Programación y Contenido - **Módulo 5**

Herramientas Digitales para Pauta y Plataformas



Clase	HORAS (SESIONES SÍNCRONAS)	TEMAS	SUBTEMAS	DETALLE DE ACTIVIDADES	APRENDIZAJE Y EVALUACIÓN (ACTIV. ASÍNCRONA*)
1	1h30 + 1h30 para realización actividades asincrónicas	Introducción estrategias SEM	<ul style="list-style-type: none"> - Cuando debo empezar a pautar en redes. - Adaptar el buyer persona con segmentación amplia, media y específica para campañas. -Cuál es la mejor plataforma para pautar Instagram VS Facebook Meta 	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación de apoyo - Introducción a la plataforma 	<ul style="list-style-type: none"> - Investigación sobre el momento ideal para iniciar campañas pagadas. - Análisis de casos de éxito de empresas que iniciaron pautas. - Desarrollo de un plan de evaluación de resultados iniciales. - Creación de diferentes perfiles de buyer persona. - Investigación y comparación de estrategias de segmentación. - Desarrollo de un documento guía para adaptar buyer persona en campañas.
2	1h30 + 1h30 para realización actividades asincrónicas	Instagram ADS Introducción al Instagram	<ul style="list-style-type: none"> - Perfil personal VS perfil empresarial. - Estrategias para vender más. - Optimización del perfil con funnel de conversión. - Anuncios en Instagram segmentación y pago 	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo práctico en la plataforma 	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de un plan paso a paso para optimizar perfiles. - Análisis de perfiles exitosos y creación de ejemplos. - Anuncios en Instagram segmentación y pago. - Investigación de tipos de segmentación disponibles. - Desarrollo de una guía práctica para crear anuncios efectivos.

Programación y Contenido - **Módulo 5**

Herramientas Digitales para Pauta y Plataformas

3	1h30 + 1h30 para realización actividades asincrónicas	META ADS Introducción al mundo Meta	<ul style="list-style-type: none"> - Fanpage Vs Perfil personal. - Crear una fanpage en 3 pasos. - Optimización dentro del perfil de negocio. (Vincular cuenta de Instagram y whatsapp business) - ¿Por qué me aparecen anuncios? - Biblioteca de anuncios. 	- Trabajo práctico en la plataforma	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de un diagrama de decisiones para elegir el mejor tipo de perfil. - Crear una fanpage en 3 pasos. - Desarrollo de una infografía visual para cada paso. - Desarrollo de una guía de optimización. - Creación de un documento explicativo para usuarios. - Desarrollo de una guía para usar la biblioteca de anuncios.
4	1h30 + 1h30 para realización actividades asincrónicas	Ads Manager Meta	<ul style="list-style-type: none"> - Introducción al Administrador de Anuncios. - Creación y configuración del negocio. - Creación y configuración de la cuenta publicitaria. - Registro de método de pago. 	- Trabajo práctico en la plataforma	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de un tutorial básico para nuevos usuarios. - Creación y configuración del negocio. - Desarrollo de una guía detallada. - Creación de un tutorial para añadir métodos de pago.
5	1h30 + 1h30 para realización actividades asincrónicas	META ADS Segmentación del Público	<ul style="list-style-type: none"> - Adaptación de buyer persona. - Segmentación y creación de públicos Similares - Segmentación y creación de públicos Personalizados. - Segmentación y creación de públicos Guardados. 	- Trabajo práctico en la plataforma	<ul style="list-style-type: none"> - Investigación y desarrollo de perfiles detallados de buyer persona. - Creación de una guía para utilizar públicos similares. - Desarrollo de un tutorial para públicos personalizados. - Creación de una guía paso a paso para públicos guardados.
6	1h30 + 1h30 para realización actividades asincrónicas	Piezas Publicitarias y Copys para campañas	<ul style="list-style-type: none"> - Funnel de conversión para campañas. - Reconocimiento de Objetivos. - Diferencia entre Campañas, Conjunto de anuncios y Anuncios. 	- Trabajo práctico en la plataforma	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de un documento explicativo sobre funnels de conversión. - Creación de una lista de verificación de objetivos de campañas. - Creación de una infografía que resuma las diferencias.

Programación y Contenido - **Módulo 5**

Herramientas Digitales para Pauta y Plataformas

7	1h30 + 1h30 para realización actividades asincrónicas	META ADS Campañas	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación de campañas - con plantillas. - Presupuesto y puja según el objetivo. - Seguimiento, creación de KPI's y medición de resultados. - Plantillas. - Informes de Meta 	- Trabajo práctico en la plataforma	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de plantillas para planificar campañas. - Creación de una guía de presupuesto y puja. - Desarrollo de una lista de KPI's y guía de seguimiento. - Creación de una guía para generar informes en Meta.
8	1h30 + 1h30 para realización actividades asincrónicas	Práctica de campañas y Reportes	<ul style="list-style-type: none"> - Campaña de reconocimiento de marca. (mínimo 2 conjuntos de Anuncios) - Campaña de Interacción (mínimo 2 conjuntos de Anuncios) 	- Trabajo práctico en la plataforma	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de un ejercicio práctico con mínimo 2 conjuntos de anuncios. - Creación de una campaña práctica con mínimo 2 conjuntos de anuncios.
9	1h30 + 1h30 para realización actividades asincrónicas	META BUSINESS Anuncios	<ul style="list-style-type: none"> - Campañas desde el botón azul - Selección del objetivo. - Selección de contenido para los anuncios. - Segmentación - Diferencia entre campaña continua y con fecha de finalización. - Revisión de resultados 	- Trabajo práctico en la plataforma	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de un tutorial para crear campañas rápidas. - Creación de una guía de selección de objetivos. - Creación de una lista de verificación. - Desarrollo de un tutorial de segmentación. - Creación de una guía para analizar resultados. - Creación de un
10	1h30 + 1h30 para realización actividades asincrónicas	Google ADS KeyWords	<ul style="list-style-type: none"> - Introducción a palabras claves y reconocimiento con AI. - Análisis de palabras claves en el planificador. - Ejercicio práctico para obtener nuestra primera base de palabras. 	- Introducción a la plataforma	<ul style="list-style-type: none"> - documento introductorio. - Desarrollo de un tutorial práctico. - Creación de un ejercicio práctico guiado. - Creación de una
11	1h30 + 1h30 para realización actividades asincrónicas	Google My Business	<ul style="list-style-type: none"> - Introducción a google my business y sus ventajas. - Creación y configuración del perfil. - Optimización del perfil. - Estrategias para posicionar en google. - Mis primeras fotos y publicaciones en google - Creación de Catálogo digital 	- Trabajo práctico en la plataforma	<ul style="list-style-type: none"> guía de optimización. - Creación de una guía para subir fotos y publicaciones. - Desarrollo de un tutorial para crear un catálogo digital.

Programación y Contenido - **Módulo 5**

Herramientas Digitales para Pauta y Plataformas

12	1h30 + 1h30 para realización actividades asíncronas	TIK TOK ADS	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es TikTok Ads? - Ventajas y oportunidades - Tipos de anuncios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación teórica con ejemplos de casos de éxito. - Demostración de la plataforma. 	<ul style="list-style-type: none"> - Investigar 3 marcas que usen TikTok Ads y analizar su estrategia.
13	2h00 + 2h00 para realización actividades asíncronas	Tik TOK ADS	<ul style="list-style-type: none"> - Optimización y métricas - KPIs clave en TikTok Ads - Herramientas de análisis - Optimización de campañas 	<ul style="list-style-type: none"> - Práctica: Análisis de métricas y ajustes en tiempo real. - Simulación de optimización. 	<ul style="list-style-type: none"> - Presentar un informe de métricas y propuestas de optimización para una campaña ficticia..

* Las actividades asíncronas pueden ser libremente adaptadas por el/la docente de acuerdo con el perfil del grupo de estudiantes.

DIRIGIDO A:

Todos los profesionales que actúan con marcas y que estén interesados en participar de esa nueva fase de la Comunicación y del Marketing. Profesionales publicistas y del mercadeo, emprendedores, periodistas, productores de contenido y estudiantes. Comunicadores, profesores del área de la comunicación, gestores de contenidos, blogueros. Además de las personas que deseen profundizar en los nuevos paradigmas y comprender más sobre las herramientas y la lógica del contenido para marcas

METODOLOGÍA

En nuestra academia, adoptamos una metodología de enseñanza totalmente centrada en la era digital, con un enfoque progresista, humanista, socio-interaccional y de empoderamiento de personas. Cada aspecto de nuestro curso está meticulosamente diseñado para capacitar a los estudiantes en sus respectivas áreas de trabajo, ofreciéndoles una formación en marketing digital basada en evidencia y respaldada por fuentes académicas de alta calidad. Reconocemos la importancia de mantenernos actualizados

Programación y Contenido - **Módulo 5**

Herramientas Digitales para Pauta y Plataformas



en un mundo en constante evolución, por lo que revisamos mensualmente nuestro contenido y metodología para ofrecer a nuestros alumnos las últimas informaciones y actualizaciones, incluyendo los avances en inteligencia artificial y otras tecnologías relevantes. Además, implementamos un modelo colaborativo y de análisis de situaciones reales, donde los alumnos participan activamente compartiendo su conocimiento y analizando casos contemporáneos para enriquecer su aprendizaje.

Nuestra metodología de enseñanza se basa en el respeto y la confianza en nuestros alumnos. Creemos en su capacidad para aprender y crecer, y fomentamos un ambiente en el que puedan desarrollar todo su potencial de manera efectiva y significativa.

DURACIÓN

Cada uno de los módulos tiene una duración de 20 horas de sesiones virtuales en vivo (sesiones síncronas) y 20 horas de trabajo autónomo (sesiones asíncronas), con un total de 40 horas académicas.

FECHA

Fechas definidas por cronograma.

HORARIO DE CLASES

De lunes a jueves de 18h30 a 20h00 – 13 clases de 1h30 o variantes que se puede aplicar.

LUGAR

Plataforma Zoom o cualquier plataforma digital de web conferencia adecuada y recomendada por Letrada Educación Continua.

Programación y Contenido - **Módulo 5**

Herramientas Digitales para Pauta y Plataformas



EVALUACIÓN

Al término del curso se entregará un certificado con el aval de Letrada Educación Continua.

De asistencia: con una asistencia mínima del 80% promedio en el cumplimiento de los trabajos y en la actividad final. Consideramos y validamos participación y presencia proactiva cuando se trata de alumnos que están en otros países, y tiene fusos horarios diferentes. Pueden acceder por la plataforma, registrar presencia y cumplir con las tareas que son solicitadas. Lo mismo lo hacemos con alumnos que tienen que trabajar en el horario nocturno y quieren estudiar en línea.

De aprobación: una nota igual o superior al 70% de promedio en el cumplimiento de los trabajos y en la actividad final.

EL CURSO INCLUYE:

Material digital para la realización de las lecturas y actividades del curso.
Libros y e-books.

Grabaciones de las sesiones disponibles por 15 días en el entorno virtual de aprendizaje - plataforma Letrada EAD y enlace para descarga de las sesiones grabadas disponibles por 3 días.

Soporte y tutorías personalizadas cuando necesario.

Programación y Contenido - **Módulo 5**

Herramientas Digitales para Pauta y Plataformas

BIBLIOGRAFIA

Bibliografía básica:

- CLEMENT, J. Leading countries based on number of Facebook users as of July 2019 (in millions). Statista, ago. 2019.
Disponível en: <<https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>>.
Acceso en: 18. set. 2019.
- COSTA, C. G. A. Gestão de mídias sociais. Curitiba: InterSaberes, 2017.
- FARIAS, Daniel. Da ribalta à coxia no Facebook: a construção dos perfis na rede. Dissertação de Mestrado. Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2019.
- GABRIEL, Martha. Você, Eu e os Robôs – Como se transformar no profissional digital do futuro. 2ª edição. Editora Atlas, 2021.
- GODIN, Seth. Esto es marketing. Trad. Isabel Murillo. Bogotá: Paidós Empresa, 2019.
- HARARI, Yuval Noah. 21 lecciones para el siglo XXI. Bogotá: Debate, 2018.
- NÚMERO de usuários do Facebook está em queda no Brasil, diz Datafolha. ANJ, abr.2019.
Disponível em:
<https://www.anj.org.br/site/component/k2/73-jornal-anj-online/18622-numero-de-usuarios-do-facebook-esta-emqueda-no-brasil-diz-datafolha.html>. Acceso en: 18.ago.2019.
- PINHEIRO, Wesley. Públicos Seguidores x Públicos Consumidores: desafios sobre a análise de engajamento em mídia social. In: MARASSI, A.; PINHEIRO, W. Diálogos entre a comunicação, Filosofia e Tecnologia. São Paulo: Editora Fapcom, 2019.
- PINKER, Steven. La tabla rasa - La negación moderna de la naturaleza humana. Barcelona: Paidós, 2018.
- SILVA, Tarcízio; BUCKSTEGGE, Jaqueline; ROGEDO, Pedro (orgs.). Estudando Cultura e Comunicação com Mídias Sociais. Brasília: Editora IBPAD, 2018.

Bibliografía referencial:

- CHAMUSCA, M.; CARVALHAL, M. Comunicação e Marketing digitais. Salvador: VIN, 2011.
- CIPRIANI, F. Estratégia em Mídias Sociais. São Paulo: Campus, 2011.
- ISHIDA, G.; CARNEIRO, B. Monitoramento e mensuração de crises em mídias sociais. São Paulo: SCUP, 2015.
- JUE, A. et al. Mídias sociais nas empresas. São Paulo: Editora Évora, 2010.
- POWELL, G. et al. Retorno sobre o investimento em mídias sociais. São Paulo: Elsevier, 2011.
- SILVA, Tarcízio; APOLONIO, Bruno; MEIRELLES, Pedro. Visão Computacional nas Mídias Sociais: estudando imagens de #férias no Instagram. Anais do I Encontro Norte-Nordeste da ABCiber. São Luís, 2018.
- STERNE, J. Métricas em mídias sociais. São Paulo: Nobel, 2011.

Programación y Contenido - **Módulo 5**

Herramientas Digitales para Pauta y Plataformas

INSTRUCTOR RESPONSABLE PABLO SEBASTIAN RACINES JIMENEZ

Trafficker, Content y Community Manager. Experto en proyectos digitales y en plataformas digitales como Meta Business y TikTok Ads para pautas y campañas. Posee una Licenciatura Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales por la Pontificia Universidad Católica de Ecuador (PUCE) y Tecnología Trilingüe en Administración de Empresas y Economía por el Instituto Tecnológico Superior Alemán - ITSA.