

EX CURSOS TEN DE SIÓN 2016



FACULTAD
DE CIENCIAS
ECONÓMICAS



SE
Secretaría de
Extensión



UNC
Universidad
Nacional
de Córdoba

NEGOCIOS EN INTERNET Marketing Digital y gestión de Redes Sociales

PROGRAMA 2016

DOCENTES

Mgter. Carola Jones: Contadora Pública (UNC). Doctorando en Ciencias Económicas. Mgter. en Comercio Electrónico (Universidad Strasbourg III, Francia). Docente en las asignaturas Comercio electrónico y en Tecnologías de Información I, de la Facultad de Cs. Es. de la UNC. Investigadora categoría III SECyT en el área de adopción de Tecnologías de Información en Micro, Pequeñas y Medianas empresas. Coordinadora y docente del Programa Córdoba Comercia en Internet (2011-2015): Capacitación y asesoría a empresas de la Cámara de Comercio de Córdoba.

Lic. Constanza Nasser Marzo: Licenciada en Comunicación Social (UNC). Egresada de la Escuela Superior de Artes Aplicadas Lino Enea Spilimbergo. Adscripta a la Cátedra de Comercio Electrónico de la Facultad de Ciencias Económicas UNC, 2010-2012. Docente del Programa Córdoba Comercia en Internet (2011-2015) de la Cámara de Comercio de Córdoba. Diseñadora gráfica y diseñadora web. Actualmente FreeLancer. Trabajó en diversas agencias de marketing digital.

Lic. Ailin Vykus: Licenciada en Comunicación Social (UNC). Diplomada en Marketing Digital (UBP). Docente del Programa Córdoba Comercia en Internet (2011-2015) de la Cámara de Comercio de Córdoba. Docente adscripta a la Cátedra de Comercio Electrónico en la Facultad de Cs. Es. UNC, 2012. Trabaja en el equipo de Community Management de La Voz del Interior.



OBJETIVOS

El curso se propone transferir a PyMEs, emprendedores y profesionales actuales y/o futuros conceptos y herramientas para diseñar y poner en marcha una estrategia de marketing digital.

CONTENIDOS

1. Introducción al marketing digital y las redes sociales

Empresas en la web y en redes sociales: cómo crear valor al negocio. Modelo de negocios en la web y redes sociales. Marketing interactivo y viral. Servicio al cliente en redes sociales (sCRM). Community Management.

2. e-Mail marketing:

Definición de objetivos, estrategia, costos y medición de resultados una campaña publicitaria a través de correo electrónico. Bases de datos. Políticas de opt-in y opt-out en la ley de Habeas Data. SPAM y filtros anti-spam. Títulos, contenidos y formatos de los mails. Definición de frecuencia y momento de envíos. Indicadores para la medición de la campaña. Servicios de e-mail marketing. Criterios de selección.

3. SEO: Optimización para posicionamiento en buscadores

Conceptos básicos SEO. ¿Qué son las keywords o palabras claves? ¿Cómo elegir las palabras claves para mi sitio? ¿Cómo mejorar el posicionamiento de mi sitio en los resultados de búsqueda? Ubicación y densidad de palabras claves en el texto. Uso de imágenes y SEO. Importancia de la calidad de los contenidos para el SEO. Tecnologías y formatos poco amigables para motores de búsqueda. SEO para dispositivos móviles.

4. SEM: Marketing en buscadores

Google Adwords. Hipersegmentación de Clientes. Definición. Campaña publicitaria, selección y compra de palabras claves. Redacción de los anuncios. Asignación de presupuesto. Gestión de la campaña. Evaluación de resultados.

5. Gestión de redes sociales

Definición de estrategia. Generación de contenidos para redes sociales. Publicaciones (temas, periodicidad, horarios). Monitoreo de la marca en Redes Sociales. Moderación. Herramientas y consejos para aumentar la interacción. Facebook como herramienta de marketing para la segmentación y planificación. Aplicaciones

6. Publicidad en redes sociales

Política de sorteos y concursos. Anuncios. Herramientas de medición de efectividad.

7. Analítica de redes sociales

Herramientas de monitorización y medición. Principales métricas de Facebook, Twitter y YouTube. Lectura de estadísticas para la toma de decisiones. Elaboración de informes cuantitativos y cualitativos.

8. m-Comerce - Marketing móvil

Introducción. Los nuevos e-Clientes están en el móvil y hay que alcanzarlos. Diferencias entre e-commerce y m-commerce. Pros y Contras del m-Commerce. ¿Qué es una mobile web app? Tecnologías, despliegues, pros y contras. Plataformas Android, iOS, Windows Phone. Fragmentación. Diferencias y conveniencia entre apps nativas, web apps y app híbridas. Nuevos servicios en la Nube.

METODOLOGÍA

Modalidad Presencial. Clases expositivas participativas. Presentación de conceptos, ejemplos y casos paradigmáticos. Actividades prácticas sobre PC con conexión a Internet (análisis de sitios web).

CERTIFICACIÓN

Se otorgará certificado de aprobación si el participante asiste como mínimo al 80% de los encuentros y aprueba la evaluación final del curso propuesta por el docente. Los certificados podrán ser retirados 15 días después de finalizado el curso, de lunes a viernes de 10 a 20 hs., en el plazo del año calendario siguiente a la finalización del cursado.

Informes e inscripciones

Secretaría de Extensión
Facultad de Ciencias Económicas (Subsuelo)- UNC
Av. Valparaíso s/n - Ciudad Universitaria - Córdoba
Tel: (0351) 4437300 int. 48593 /48513
cursos@eco.unc.edu.ar

SEGUINOS EN:  ExtensionEconomicasUNC  @SecExtensionFCE