

DIPLOMADO EN
MANEJO DE REDES SOCIALES
EN LÍNEA
(96 horas)

Objetivo:

- Dominar el rol, las funciones junto con las herramientas esenciales de un Community Manager para gestionar comunidades digitales de manera estratégica y profesional.

Dirigido a:

- Profesionales de *marketing*, comunicación y relaciones públicas, así como emprendedores que buscan profundizar en la gestión estratégica de redes sociales.

Reconocimiento:

- Al finalizar tu programa recibirás:
 - *Obtienes un **certificación avalada** por el **Colegio Mexicano de Profesionales en Tecnologías Computacionales A. C. COLTEC** (con costo adicional \$50.00 dólares por intento).
Diploma UVM con tecnología Blockchain.

¿Por qué UVM?

Tenemos **más de 60 años** de **experiencia académica**, más de **150 programas educativos** y más de **180 programas de excelencia** a nivel nacional.

Adquieres **conocimientos y habilidades esenciales** que puedes **aplicar de inmediato** en tu **actividad profesional**.

Los **profesores** que imparten las **Certificaciones y Diplomados** son **expertos reconocidos** en sus campos.

Tienes **flexibilidad educativa** que te permite **estudiar a tu ritmo**, a **cualquier hora** y en **cualquier lugar**.

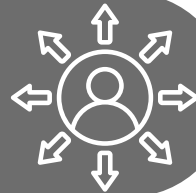
Los **Diplomados y Certificaciones UVM** enriquecen tu **CV** y te posicionan como **el mejor candidato**.

Al estudiar el programa podrás:

Comprender la evolución histórica y actual del *community management*.



Identificar las habilidades técnicas y blandas de un *community manager* efectivo.



Familiarizarte con las principales plataformas digitales y sus características.



Manejar herramientas clave para la gestión eficiente de comunidades *online*.



Analizar casos reales de éxito y manejo de crisis en redes sociales.



MÓDULOS

Fundamentos del *community management*

1. Historia y evolución del *community management*
2. Origen del CM como disciplina
3. Transformación del rol del CM en la era digital
4. Evolución durante eventos críticos (pandemia, movimientos sociales)
5. El perfil del *community manager*
6. Habilidades técnicas: planificación, medición, edición básica
7. Habilidades blandas: empatía, resiliencia, ética
8. Diferencias entre roles: *social media manager* vs *community manager*
9. Plataformas clave
10. Facebook: alcance orgánico y *engagement*
11. Instagram: *reels*, *stories*, DMs y comunidad visual
12. TikTok: algoritmo, crecimiento viral y tendencias
13. LinkedIn: posicionamiento profesional y B2B
14. YouTube: estrategias de contenido largo y fidelización
15. Herramientas de gestión
16. Meta Business Suite: monitoreo y publicación programada
17. Hootsuite y Buffer: gestión multiplataforma
18. Metricool y Sprout Social: análisis avanzado
19. Canva y Adobe Express: diseño rápido de contenido
20. Tipos de comunidades y segmentación
21. Comunidades por interés, marca, producto o causa
22. Estrategias de segmentación según audiencia y objetivos
23. Análisis de comportamiento y expectativas de usuarios
24. Casos reales
25. Netflix: tono único y conexión emocional
26. Policía Nacional de España: humanización institucional
27. Spotify: *storytelling* y personalización masiva

Comunicación persuasiva y *storytelling*

1. Principios de la comunicación digital efectiva
2. Elementos básicos: atención, mensaje, acción
3. Comunicación asertiva y empática
4. La importancia de la escucha activa
5. Técnicas de *storytelling* aplicadas al contenido
6. Estructura narrativa en redes sociales
7. Uso del modelo SUCCEs (**simple, unexpected, concrete, credible, emotional, stories**)
8. *StoryBrand*: posicionar a la marca como guía del usuario
9. Psicología del mensaje
10. Emoción como motor del *engagement*
11. Ciclo de atención-emoción-acción
12. Gestión emocional en la interacción con usuarios
13. Lenguaje visual y textual por plataforma
14. Formatos y estilos adecuados para cada red social
15. Uso de *emojis*, *hashtags* y tono según audiencia
16. Normas de estilo y *branding* visual
17. Diseño de narrativas virales y *engagement*
18. Fórmulas para contenido compartible
19. Cómo generar conexión emocional duradera
20. Estrategias de participación activa
21. Gestión de crisis de comunicación
22. Protocolo de acción ante comentarios negativos o polémicas
23. Ética en respuesta y transparencia
24. Prevención y preparación ante situaciones críticas

Estrategia de *marketing* digital y *neuromarketing*

1. Introducción al *marketing digital* y embudos de conversión
2. Qué es un embudo y cómo construirlo
3. Etapas del cliente: conciencia - consideración - conversión - fidelización
4. Conversión y retención en redes sociales
5. Planificación de campañas multiplataforma
6. Definición de objetivos SMART
7. Segmentación y *targeting*
8. Cronograma de contenido y calendario editorial
9. Técnicas de *neuromarketing* aplicadas
10. Hooked Model: *trigger, action, variable reward, investment*
11. Sesgos cognitivos y toma de decisiones
12. Diseño de contenido con "gatillos mentales"
13. Automatización del *marketing*
14. Uso de flujos de trabajo y CRM
15. *Email marketing* integrado con redes
16. *Chatbots* y atención automática
17. Diseño de campañas de pago
18. Tipos de anuncios en Meta Ads, Google Ads y TikTok Ads
19. Optimización de presupuestos y métricas clave
20. Estrategias de remarketing y *prospecting*

Psicología de la influencia y comportamiento del usuario

1. Principios de influencia de Cialdini
2. Escasez, prueba social, compromiso, reciprocidad, autoridad y similitud
3. Aplicación práctica en redes sociales
4. Sesgos cognitivos y toma de decisiones
5. Efecto anclaje, disponibilidad, confirmación y representatividad
6. Cómo aprovecharlos en diseño de mensajes
7. Gatillos mentales en diseño de contenido
8. Técnicas de *copywriting* persuasivo
9. Uso de palabras clave que generan acción
10. Diseño de *call-to-action* efectivos
11. Construcción de confianza, autoridad y reciprocidad
12. Cómo ganar la confianza de la audiencia
13. Posicionamiento como experto sin sonar arrogante
14. Uso de contenido gratuito como puerta de entrada
15. Aplicaciones en ventas, viralización y retención
16. Estrategias de *upsell*, *cross-sell* y fidelización
17. Diseño de contenido que motive a compartir
18. Estrategias de retención mediante *engagement* recurrente

Analítica y medición de resultados

1. KPIs clave según objetivos
2. Alcance, impresiones, *engagement* y conversiones
3. Indicadores de reputación y fidelidad
4. Métricas específicas por plataforma
5. Uso de herramientas analíticas
6. Meta Insights, TikTok Studio, Google Analytics, Metricool
7. Interpretación de informes y *dashboards*
8. Monitoreo en tiempo real
9. Social Media ROI
10. Cálculo del retorno de inversión
11. Cuantificación del valor intangible (marca, lealtad)
12. Justificación de inversiones en redes sociales
13. Optimización de contenido a partir de datos
14. Uso de A/B *testing*
15. Análisis de horarios, formatos y temas más efectivos
16. Estrategias de reutilización de contenido exitoso
17. Elaboración de reportes ejecutivos
18. Estructura de informes profesionales
19. Visualización de datos clara y precisa
20. Comunicación de resultados a equipos no técnicos
21. Análisis competitivo y *benchmarking*
22. Comparación con competidores directos e indirectos
23. Identificación de oportunidades de mejora
24. *Benchmark* internacional y local

Tendencias, innovación y liderazgo *en community management*

1. Tendencias actuales en redes sociales
2. TikTok y reels como motores de viralidad
3. Uso de IA generativa en creación de contenido
4. Web3, NFTs y comunidades descentralizadas
5. Voice of Customer (VOC) y escucha social
6. Metaverso y nuevas formas de conexión digital
7. Conceptos básicos del metaverso
8. Casos reales: Gucci, Nike, Meta
9. Futuro de las comunidades virtuales
10. *Influencer Marketing* y UGC
11. Tipos de *influencers* y su impacto
12. Selección, contacto y medición de colaboraciones
13. Incentivos para contenido generado por usuarios
14. Gestión de equipos y liderazgo digital
15. Trabajo remoto y herramientas colaborativas
16. Roles dentro de un equipo de CM
17. Habilidades de liderazgo y prevención de *burnout*
18. Casos globales innovadores
19. Duolingo, Netflix, Spotify Wrapped
20. Análisis de estrategias creativas y efectivas
21. Lecciones aprendidas y errores comunes
22. Ética, diversidad e inclusión en redes
23. Responsabilidad social del CM
24. Inclusión en lenguaje y representación
25. Moderación y seguridad digital

Beneficios de la modalidad

Clases en vivo, actividades interactivas y casos prácticos. Puedes interactuar con profesores y otros alumnos para tener una experiencia más enriquecedora.

Networking. Tienes la oportunidad de construir una red de contactos profesionales con otras personas que tienen intereses similares o se desempeñan en el mismo ámbito.

Estudia a tu ritmo. Consulta todas las sesiones grabadas en el horario que más te convenga.

Soporte técnico. Cuentas con atención técnica en todo momento para ayudarte a solucionar cualquier problema que se presente.

Asesoría y acompañamiento. Tienes un tutor que te brindará apoyo a través de enlaces en vivo, chat o WhatsApp para resolver cualquier duda.

SÉ PARTE DE LA UVM



@uvmmx



uvm



@uvmmx



uvm.mx