



Diplomado

Redes Sociales y Entornos Digitales

Segunda Generación

Días y horarios: viernes de 16:00 a 21:00 horas y
sábados de 9:00 a 14:00 horas

Duración: 240 horas (48 sesiones de 5 horas)

Inicio: 13 de noviembre de 2020

Término: 5 de junio de 2021

Fecha límite para solicitar inscripción: 6 de noviembre de 2020

Modalidad: en línea, vía Zoom

Precentación

Los seres humanos estamos en constante interacción en distintos ámbitos: personal, organizacional y social. El ecosistema digital en el que ahora se desenvuelven dichas interacciones, obliga a considerar formas de comunicación que requieren estrategias y herramientas acordes a la complejidad que vivimos.

Las redes sociales y los entornos digitales son una nueva modalidad de estructura social que permite a los usuarios interrelacionarse, conocer y construir su realidad. Estos entornos son un lugar de interacción virtual, en el que grandes grupos de personas convergen en la diversidad a partir de comportamientos e intereses en común.

La generación y difusión de contenidos a través de estos espacios nos permite vincularnos con la sociedad, crear un imaginario simbólico, divulgar conocimiento, incidir en la opinión pública e impulsar la acción colectiva. De ahí que las plataformas digitales se convierten en herramientas de acceso comunitario a distintos procesos de transformación social y cultural.

Bajo ese contexto, el diplomado busca aportar elementos que permitan además de la actualización de sus participantes, la reflexión respecto al papel de los profesionales de la comunicación ante las nuevas demandas de un entorno digital.



Perfil de ingreso

- El Diplomado en Redes Sociales y Entornos Digitales está dirigido a cualquier egresado(a) de la licenciatura y/o área de ciencias políticas y/o sociales; ciencias de la comunicación y administración pública.
- Alumnos universitarios de los últimos semestres y/o recién egresados.
- Funcionarios del sector público y privado.
- Profesionistas que se desempeñan en áreas de comunicación digital para cualquier organización.
- Responsables de áreas de comunicación social, social media y comunicación estratégica.
- Interesados en general en el manejo de redes sociales y plataformas digitales.

Perfil de egreso

- El Diplomado en Redes Sociales y Entornos Digitales abre la posibilidad para la profesionalización de especialistas en disciplinas tales como: relaciones internacionales, ciencia política, sociología, administración pública, antropología, ciencias de la comunicación y áreas afines para vincularse y construir comunidades digitales.
- El conocimiento adquirido puede ser aplicado al cumplimiento de objetivos específicos de individuos u organizaciones, sean privadas o públicas; científicas, educativas, políticas, culturales, sociales y empresariales, entre otras.

Objetivos

- Dimensionar a la comunicación como una estructura de interacción social.
- Identificar los principales cambios del ecosistema digital.
- Entender el proceso de interacción digital.
- Diagnosticar y plantear objetivos estratégicos.
- Conocer las herramientas para el uso y gestión de plataformas digitales, así como para la creación y posicionamiento de contenido escrito y audiovisual.
- Adquirir las habilidades para implementar estrategias de evaluación y monitoreo de redes sociales.



Plan de estudios

Módulo I

LA COMUNICACIÓN COMO ESTRUCTURA DE INTERACCIÓN SOCIAL

El participante comprenderá la articulación que existe entre la interacción social y la comunicación.

Módulo II

ESTRATEGIA ELECTORAL Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

El participante identificará las características del entorno digital, su normatividad y aplicaciones, así como los principales cambios en la interacción social dentro del contexto actual.

Módulo III

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, IMAGEN Y RELACIONES PÚBLICAS

El participante conocerá y utilizará herramientas que le permitan analizar el contexto de la comunicación estratégica y las relaciones públicas, así como a elaborar diagnósticos y plantear objetivos de comunicación alineados con su objetivo general.

Módulo IV

MEDIOS DIGITALES Y CREACIÓN DE CONTENIDO

El participante identificará el lenguaje de las redes sociales como instrumento de comunicación; aprenderá su correcto uso y administración; conocerá las herramientas que existen para contar una historia en cada una de ellas y cómo aprovechar el ambiente digital para llegar a audiencias determinadas en diversas plataformas digitales a través de contenido disruptivo.

Módulo V

ECONOMÍA DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO

El participante identificará cómo los entornos digitales se constituyen como nuevos espacios de interacción económica y comercial, y cómo estos espacios inciden en los hábitos de consumo. Además, analizará la importancia de las redes sociales como herramienta de compra-venta.



Módulo VI

MARKETING DIGITAL Y SOCIAL MEDIA

El participante conocerá y utilizará herramientas que le permitan monitorear, analizar y medir sus resultados. Lo anterior, a partir de diseñar y desarrollar una estrategia de marketing a través de redes sociales para generar oportunidades de venta, de acuerdo a sus objetivos.

Temario

Módulo I

LA COMUNICACIÓN COMO ESTRUCTURA DE INTERACCIÓN SOCIAL

Duración: 15 horas (3 sesiones)
Coordinadora: Adriana Reynaga

1. Nuevos entornos para la comunicación en los entornos digitales.
2. La comunicación como estructura de interacción social en los entornos digitales.
3. Acceso a la información, privacidad y derechos digitales.

Módulo II

ESTRATEGIA ELECTORAL Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

Duración: 45 horas (9 sesiones)
Coordinador: Felipe Zámamo

1. Teoría de la comunicación política- electoral en el contexto actual.
2. Comunicación política.
3. Opinión pública y medios de comunicación.
4. Encuestas y estudios de opinión.
5. Investigación, análisis y planeación de la campaña.
6. Storytelling y construcción de mensajes.
7. Estrategia electoral en redes sociales.
8. Imagen pública y comunicación en redes sociales.
9. Gestión de crisis.



Módulo III

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, IMAGEN Y RELACIONES PÚBLICAS

Duración: 45 horas (9 sesiones)
Coordinadora: Adriana Reynaga

1. Gestión del conocimiento en las organizaciones.
2. Comunicación estratégica.
3. Estrategias y herramientas de comunicación.
4. Reputación corporativa.
5. Pensamiento estratégico y liderazgo.
6. Relaciones públicas.
7. Imagen y comunicación institucional.
8. Vocería y entrenamiento en medios de comunicación.
9. Conversación en redes sociales y construcción de comunidades estratégicas.

Módulo IV

MEDIOS DIGITALES Y CREACIÓN DE CONTENIDO

Duración: 45 horas (9 sesiones)
Coordinador: Rubén Darío Vázquez Romero

1. Gestión y uso de redes sociales.
2. Taller de redacción para redes sociales y buenas prácticas.
3. Creación de contenido audiovisual: audio, imagen y video
4. Narrativa y contenido Transmedia.
5. Agenda periodística.
6. Herramientas para la verificación de información en redes sociales
7. Fidelización y comercialización de contenido en medios digitales.
8. Optimización y posicionamiento de contenido en redes sociales (SEO).
9. Content Marketing.

Módulo V

ECONOMÍA DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO



Duración: 45 horas (9 sesiones)
Coordinadora: Sol Citlalli Raygoza Ramírez

1. Instrucción a la Economía Digital y comercio en internet
2. Investigación de Mercados y planeación estratégica.
3. Plan de Negocios.
4. Fundamentos del Marketing Digital orientado a ventas.
5. Herramientas del Marketing Digital.
6. Comercio electrónico
7. Neuromarketing
8. Social Media Marketing. Estrategias para el impacto en los negocios.
9. Retos y oportunidades de Marketing Digital.

Módulo VI **MARKETING DIGITAL Y SOCIAL MEDIA**

Duración: 45 horas (9 sesiones)
Coordinador: Héctor Ortega Zapata

1. Fortalecimiento y construcción de marca en redes sociales.
2. Estrategia Digital.
3. Uso e imagen profesional en redes sociales
4. Estrategia de contenido en redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter y You Tube.
5. Social Media Listening.
6. Estrategia y compra de medios.
7. Plan de comunicación digital.
8. Métricas y análisis Social Media.

Acreditación y evaluación

Participación en el Diplomado completo (240 horas):

El participante deberá cubrir como mínimo el 80% (ochenta por ciento) de asistencia y obtener una evaluación aprobatoria, de mínimo de 8.0 de calificación, en cada módulo.



Cuerpo docente y ponentes invitados

- **Gabriela Warkentin**

Es licenciada en Comunicación por la Universidad Iberoamericana. Tiene estudios de posgrado en Literatura Comparada por la UNAM y en Comunicación por la Universidad de Navarra, España.

Profesora de la Maestría en Periodismo sobre Políticas Públicas del Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE).

Fue Directora del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana; así como creadora y directora de la estación de radio ibero 90.9 FM.

Antes de ingresar de tiempo completo al ámbito académico, trabajó en el sector público y privado, como locutora, conductora, guionista y productora para radio y televisión.

Desde septiembre de 2016 es titular del noticiario Así las Cosas en W Radio, articulista del diario El País y activa habitante de las redes sociales del ciberespacio.

- **Claudio Flores**

Es comunicólogo social por la UAM, estudió la Maestría en Comunicación en la UIA y es Doctor Cum Laude en Periodismo y Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona.

Como especialista en metodología cualitativa, ha diseñado, coordinado y ejecutado proyectos de investigación desde hace 23 años en diversos campos como: evaluación publicitaria, engagement, posicionamiento, branding, imagen institucional y de gobierno, impacto de campañas de salud, valoración de productos audiovisuales y enriquecimiento de estrategias para campañas políticas, entre otros.

Actualmente es socio y vicepresidente de LEXIA Insights & Solutions, presidente de la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión Pública (AMAI) y vicepresidente del Comité de Lineamientos y Mejores Prácticas de la IAB y del Consejo de los premios Effie.

- **Jimena Lagunes**

Es maestra en Comunicación y Cultura por la UNAM y especialista en lenguaje cinematográfico y medios digitales. Ha liderado medios nativos digitales como Mexican Times y Gluc.mx, innovando en la creación de videocolumnas.

Ha colaborado en La Jornada, The Huffington Post, entre otros. Durante tres años impartió la asignatura 'Periodismo digital' en la Universidad del Valle de México.



- **Juan Del Cerro**

Es uno de los principales promotores del emprendimiento y la innovación social en Latinoamérica, es Fundador de Disruptivo.tv y Socialab México, recibió el Premio Nacional del Emprendedor como “Principal Promotor del Ecosistema Emprendedor” en 2018, y LinkedIn lo seleccionó como una de las “TOP VOICES” de América Latina. Es Socio Fundador de la Asociación de Emprendedores de México, y la Escuela de Emprendimiento Social de la Ibero, es autor del libro “¿Qué es el Emprendimiento Social?” y conferencista internacional y TEDx speaker: El Peor Emprendedor del Mundo.

- **Mario Campos**

Es licenciado en Ciencias Políticas y Maestro en Comunicación Política. Tiene un Máster en Gestión de la Comunicación Política y Electoral por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB).

Conferencista y profesor en la Universidad Iberoamericana donde imparte las materias de Periodismo, Comunicación Institucional y Comunicación Política.

Fue Director Editorial de Maspormas y del Sistema Nacional de Noticiarios del Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

Tiene una amplia experiencia en el análisis de los medios y los procesos de comunicación.

- **Andrea de Anda**

Politóloga. Directora de Ojiva Consultores, empresa dedicada a la Estrategia digital. Ha diseñado y ejecutado la estrategia digital de más de 40 campañas ganadoras en México.

Creadora del método y tecnología de análisis de opinión pública digital Capisci®, única herramienta en su tipo de habla hispana, patentada en México y Estados Unidos. Es la primera mexicana en hacer uso de big data con fines electorales.

Es miembro de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales, conferencista internacional y ganadora de diversos Reed y Victory Awards.

- **Sergio Talavera**

Comunicador, consultor, asesor y formador en las áreas de desarrollo humano y organizacional, comunicación, desarrollo de habilidades interpersonales, integración de equipos de trabajo, cambio y gestión del talento humano.

Ha colaborado en proyectos de formación y entrenamiento en comunicación pública y persuasión para varios directivos, empresarios y candidatos.



Su vocación como educador le ha permitido intervenir como catedrático en varias universidades, promotor del desarrollo humano y como director de instituciones educativas.

Actualmente es conferencista y consultor en temas de liderazgo, servicio, comunicación y cambio en México, Colombia, Panamá, Costa Rica, República Dominicana, Nicaragua, Salvador y Bolivia.

Director de Cerebranding S.C. y autor de CARISManagement. Experto en procesos humanos.

- **Carlos Brito**

Es licenciado en Periodismo y Medios de Información por el Tecnológico de Monterrey y candidato a doctor en Desarrollo Científico y Tecnológico por el Centro de Investigación y de Estudios Avanzados (CINVESTAV).

Participó activamente en el Movimiento #YoSoy132 y se convirtió en defensor de la libertad de expresión y los derechos digitales en la Red en Defensa de los Derechos Digitales.

Después del terremoto de 2017, formó junto con más jóvenes, la organización #Resurge. Desde diciembre de 2018 es regidor del municipio de Jojutla, en el cual contendió para ser presidente municipal.

- **Hugo Rodríguez Nicolat**

Es licenciado en Ciencias Políticas por el ITESM CCM y cuenta con una Maestría en Políticas Públicas por parte de la Universidad de Columbia en Nueva York y de la London School of Economics and Political Science.

Fue Director de Políticas Públicas de Uber para México, Centroamérica y el Caribe. Así mismo sirvió como Director de la Fundación Escalera en México, ha colaborado en la Misión Permanente de México ante las Naciones Unidas en Ginebra, el Instituto Nacional de Migración, el Senado de la República, la OCDE y el Foro Mundial sobre Migración y Desarrollo.

Actualmente es Director de Política Pública de Twitter en América Latina de Habla Hispana y especialista en relaciones públicas e internacionales.

- **Roberto Morris**

Es licenciado en Comunicación por la Universidad Iberoamericana y maestro en Políticas Públicas por la London School of Economics and Political Science. Docente del ITESM, de la Universidad Iberoamericana y de la Universidad Panamericana.

Cuenta con estudios en la Escuela Libre de Derecho y en la Escuela de Gobierno de la Universidad de Harvard.



Ha publicado ensayos académicos en distintos medios especializados como Nexos, El Financiero y Campaigns & Elections.

Suma más de 15 años de experiencia en consultoría de comunicación y asuntos públicos a nivel nacional e internacional.

- **Jorge Taboada**

Cuenta con más de 18 años de experiencia en la gestión de equipos editoriales y negocios publicitarios.

Ha participado en el desarrollo de productos digitales, diseño de marketing de contenidos, contenido de marca, desarrollo empresarial, marketing digital, comercio electrónico y estrategias de ventas digitales. Actualmente se desempeña como Director Digital en Editorial Televisa.

- **Cristina Salmerón**

Es egresada de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

Se ha especializado en edición y creación de temas de género, contenidos culturales y estilo de vida en medios de comunicación como El Universal, Canal Once, Más por Más, Terra y Vanity Fair México.

Fundó el sitio *la-saga.com* y fue editora de *Malvestida*, un sitio emergente de corte feminista que se ha distinguido por ofrecer una mirada fresca y crítica del periodismo de género. En 2011 ganó la beca de la Fundación Carolina para estudiar el Máster de periodismo en la *Agencia EFE* en Madrid. Con el documental *Sin Norte*, obtuvo el segundo premio del concurso nacional Miradas sin tiempo, convocado por el INAH y Google.

Actualmente es colaboradora en el sitio PlayGround y en la Iniciativa Spotlight de ONU Mujeres para erradicar los feminicidios en México.

- **Javier Martínez Staines**

Ha dedicado gran parte de su vida a la edición de revistas. Ha lanzado al mercado, tanto en México como en diversos países de América Latina, un sinnúmero de marcas reconocidas. Fue director de Grupo Expansiom y Editorial Televisa, dos de las empresas editoriales más importantes de México.

Actualmente encabeza ThinkTank New Media, una firma de estrategia y desarrollo de contenidos multimedia.

- **Gianella Carvajal**



Cuenta con más de 10 años de experiencia en la industria editorial y es especialista en la comercialización de medios digitales.

En 2013 se integró al equipo fundador de Forbes México y Latinoamérica y desde ese año y hasta 2016 desarrolló productos de contenido digital multimedia con valor comercial.

Encabezó la agencia interna de creación de contenidos G21 Comunicación, editorial que tiene en su portafolio marcas como: Entrepreneur, México Desconocido, Alto Nivel y Cine Premier.

Actualmente se desempeña como directora general de Pictoline, en donde es responsable de la estrategia de negocios, vigilar por el valor de marca y la internacionalización de proyecto.

- **Irasema Pineda**

Cuenta con más de 20 años dentro del periodismo, en los que ha abarcado prensa, radio y –desde 2004– periodismo digital y en redes sociales.

Ha colaborado como editora y editora general en medios como Reforma, El Financiero, Yahoo! México, Chilango y Cosmopolitan, entre otros. Actualmente brinda capacitaciones sobre buenas prácticas digitales.

- **Héctor Ortega**

Es licenciado en Ciencias de la Comunicación por la UNAM, cuenta con una especialidad en Mercadotecnia y otra en Comunicación y Campañas Políticas, también por la UNAM.

Ha sido responsable de las áreas de Campo y Proyectos en la Agencia de Consultoría e Investigación de Mercados, atendiendo cuentas como Gamesa, Sabritas, Telefónica y la Universidad del Valle de México, entre otras.

Como docente cuenta con una experiencia de 20 años, impartiendo clase en diversas instituciones, como la UNAM, la Universidad Panamericana, la Universidad de Londres y el Instituto de Estudios Amerike.

Sus líneas de interés se enfocan en los temas de Personal branding, Mercadotecnia digital y la Comunicación de empresa (Mercadotecnia, Publicidad y Relaciones Públicas).

Actualmente también, organiza y participa en cursos y diplomados con valor extracurricular en la División de Educación Continua de la FCPyS.

- **Emilio Saldaña**



Cuenta con más de 20 años de experiencia en la integración de proyectos basados en tecnologías de información y comunicación dentro de los sectores público y privado.

Es socio fundador y miembro del Consejo Ejecutivo de la Revista u-Gob, dedicada al análisis de impacto que representa la integración de tecnología en la operación gubernamental, tanto hacia la ciudadanía, como al interior de las instituciones de gobierno.

Ha colaborado en el equipo responsable del diseño e implementación del portal www.gob.mx, en el sexenio de Fox. Participó en programas como: Martha Debayle, Así Las Cosas, Ya Párate, Xponente, Tu Ciudad Es, Qué Rayos.

Actualmente es Director General de Alternativa Digital, SA de CV, especializada en el desarrollo e integración de soluciones avanzadas en Internet, Comunicaciones y Telecomunicaciones.

- **Armen Gulesserian**

Es coach de Estrategia Digital. Actualmente colabora con Startups, MIPYMES y agencias de marketing para implementar soluciones de promoción digital, así como para desarrollar estrategias de comunicación que generan conversaciones, construyen marcas y cierran ventas.

Su área de especialización es la optimización de inversiones en publicidad digital para maximizar el impacto.

- **Jean Luc Lenoble**

Es fundador y director asociado de la empresa Marketing Capacitación dedicada a formar profesionales en Social Media Management, Content Marketing y desarrollo de sitios web.

Actualmente dirige MKT Agencia Digital que extiende sus servicios de consultoría, cursos y conferencias a empresas privadas, agencias de publicidad, instituciones públicas, fundaciones y organizaciones no gubernamentales. Además es asesor de Social Media Marketing en la Dirección General de Comunicación Social de la UNAM.

- **Ignacio de los Reyes**

Es Licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y su más reciente proyecto fue trabajar como Strategic Partner Manager en YouTube (2019), apoyando a algunos de los creadores de contenido e industrias de medios más grandes de Hispanoamérica, con decenas de millones de espectadores en todo el mundo. Antes trabajó en Instagram (2016-2018), donde fue líder del equipo de Comunidad en América Latina y manager de Comunicación para medios y audiencias hispanas en Estados Unidos. También fue corresponsal de la BBC de Londres (2009-2016) en México, Argentina y Estados Unidos, cubriendo noticias para radio, medios online y televisión.



Actualmente es consultor en comunicación digital e innovación en plataformas de contenido.

- **Félix Cortés**

Fundador de Mercadotecnia Total (MKT Total), plataforma de comunicación líder en temas de marketing y negocios en Latinoamérica. Durante sus más de 15 años de experiencia ha colaborado con importantes marcas entre las que destacan Microsoft, Toshiba, WeWork, Milenio, Business Class y Mundo Ejecutivo por mencionar solo algunas. Actualmente es coordinador de Diplomado Estrategias de Marketing Digital en la UNAM DGTIC y funge como Director de comunicación en la World Business & Marketing Federation. Su más reciente proyecto, Poder y Finanzas, pretende romper paradigmas en el mundo financiero para una apertura a un mundo global.

- **Daniela Beltrán**

Amplia trayectoria en diseño e implementación de estrategias de comunicación digital con especialidad en los ámbitos político y comercial. La curiosidad por entender la razón de las cosas me llevó al área del análisis digital. Conocer los secretos de las personas, su contexto y lo que los mueve a tomar decisiones en el universo digital es la principal razón para hacer Social Listening. Dirigí el área de comunicación de Universia, el proyecto de responsabilidad social de Banco Santander México y, durante las campañas electorales 2015, estuve al frente de Estrategia en Línea, agencia consultora digital especializada en política. Mi pasión es leer timelines: Social Listening.