

# LAS REDES SOCIALES Y LA PRODUCCION DE CONTENIDO SOCIAL MEDIA



# LAS REDES SOCIALES Y LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDO SOCIAL MEDIA



**Duración**  
40 horas



**Modalidad**  
En línea



**Sede**  
Aulas de entorno virtual



**Sesiones**  
Martes y Sábado de 10:00 a 14:00 horas



**Fecha de inicio:**  
04 Abril 2024

**Fecha de término:**  
04 Mayo 2024

**Costo para participantes nacionales:**

\$4,640.00 M.N.

**Costo para participantes extranjeros:**

\$6,032.00 M.N.

**Nota:**

Las sesiones se imparten en aulas virtuales en tiempo real

**Responsable Académico:**

Edson Israel Gutiérrez Ramírez con asesoría de Roberto Rivas

**Cupo mínimo:**

20 participantes

**Nivel:**

Básico



Curso

## CONTENIDO

1. El creador de contenido social media, la globalización digital y producción de contenido digital

**Duración:** 10 horas

**Objetivo:** El participante conocerá las características y la importancia del social media en las redes sociales y el impacto como principal medio de información y conocimiento. Se le enseñará al alumno, a aprovechar el ecosistema digital y la diversidad en los medios para llegar a audiencias determinadas a través de contenido de valor.

- 1.1 La demanda de las marcas en servicios digitales y producción de contenido
- 1.2 Storytelling y narrativa, cómo se cuenta una historia en redes sociales
- 1.3 Tono y manera de las audiencias
- 1.4 Tipo de contenido: estático y dinámico
- 1.5 Hábitos de consumo en el usuario
- 1.6 Periodo de práctica y producción

2. El research y el benchmark en la estrategia digital y su implementación para generar contenido social media de alto rendimiento

**Duración:** 10 horas

**Objetivo:** El participante tendrá los fundamentos teóricos y prácticos para poder crear un proyecto social media desde cero y conocerá las principales fuentes de información como estudios de mercado, Google trends, y los analytics de las redes sociales para poder identificar la funcionalidad de los contenidos en redes sociales con mejor rendimiento por parte de las audiencias.

- 2.1 Estrategia digital para contenido en redes sociales
- 2.2 Pensamiento estratégico
- 2.3 Research y Benchmark
- 2.4 Concepto creativo
- 2.5 Look and feel
- 2.6 Gestión, programación y uso de las redes sociales
- 2.7 Periodo de practica y producción

3. Social media y la creación de contenido en redes sociales

**Duración:** 10 horas

**Objetivo:** El participante reconocerá el contenido de las redes sociales como herramienta de comunicación; aprenderá sobre su correcta implementación y gestión y también conocerá los formatos y procesos que existen para contar historias a través de cada red social y poder conectar con el espectador a través de contenidos de valor.

- 3.1 Línea gráfica y extensión de línea
- 3.2 Gestión de parrilla de contenido para las marcas
- 3.3 Implementación de contenido
- 3.4 Analytics y rendimiento de contenido social media
- 3.5 Semillero proyectos

4. Producción Final y presentación del proyecto social media

**Duración:** 10 horas

**Objetivo:** El participante desarrollará un proyecto de producción de contenido social media poniendo en práctica todos los conocimientos y la metodología con la intención de producir un proyecto real o simulado (dependiendo del participante), que le pueda ayudar a reafirmar lo aprendido durante el curso. A la vez, contará con las piezas finales del curso para poderlas sumar a su cartera o book de servicios y comenzar a explotar sus nuevas habilidades digitales en relación a la producción de contenido para redes sociales.

- 4.1 Presentación de proyectos finales
- 4.2 Evaluación de la estrategia de contenido social media
- 4.3 Presentación de estrategia gráfica con artes finales
- 4.4 Q&A

**Evaluación:**

Módulo 1: 20%  
Módulo 2: 20%  
Módulo 3: 20%  
Módulo 4: 40%  
Total: 100%



UNAM  
FACULTAD  
DE ARTES  
Y DISEÑO

DIVISIÓN  
DE EDUCACIÓN CONTINUA  
Y EXTENSIÓN ACADÉMICA



REDEC UNAM



# DOCENTES

## EDSON ISRAEL GUTIÉRREZ RAMÍREZ

Es especialista en la creación e implementación de campañas con enfoque en estrategias digitales, siempre orientadas para alcanzar objetivos comerciales: generación de demanda, lanzamientos, posicionamiento y notoriedad; a través del ecosistema digital actual (Google Search, pautas en RRSS, landing page y sitios, e-Mail marketing, e-Commerce, content marketing y SEO). Con más de 17 años de experiencia, se convirtió en Digital Strategist. Su meta es ser el aliado del cliente, para encontrar soluciones efectivas para cualquier conflicto de comunicación; y así, conseguir los objetivos planteados. Considera que cualquier esfuerzo publicitario no es lo suficientemente útil si no está basado y fundamentado en objetivos alcanzables y medibles.

## ROBERTO DAVID RIVAS PÉREZ

Licenciado en Diseño y Comunicación visual, egresado de la ENAP, ha trabajado desde hace 12 años en las distintas áreas del diseño, comenzando como diseñador editorial para la revista Twist, posteriormente experimentó hacer diseño ATL y BTL para distintas marcas como McCormick y Bridgestone. Años después, se dedicó a hacer diseño de empaque en Grupo Bimbo para Centroamérica, México y USA. Durante los últimos años, se ha dedicado a explorar y trabajar en el mercado digital, cumpliendo uno de sus grandes sueños al conseguir ser el estratega digital, creativo e ilustrador de Star Wars Latinoamérica para The Walt Disney Company, durante el lanzamiento de la última trilogía de la saga. Actualmente tiene una agencia creativa digital llamada Trisixti y forma parte de la Maestría en Diseño y Comunicación Visual en la Facultad de Artes y Diseño en donde desarrolla una investigación sobre la implementación de procesos de producción para contenido social media.

# FUENTES DE INFORMACIÓN

- Amparo Lasén. (2019) Lo ordinario digital: algunos aspectos de la digitalización de la vida cotidiana, los cuerpos y las subjetividades. 2-16 páginas
- Amparo Lasén y Héctor Puente. (2016) La cultura digital. 1- 43 páginas.
- Estudio de consumo de medios y dispositivos entre usuarios mexicanos de iab México/Septiembre 2020
- Kathyryn Best. (2013) Management del diseño: Estrategia, proceso y práctica de la gestión del diseño. 215 páginas.
- Yuval Noah Harari. (2018) 21 lecciones para el siglo XXI. 372 páginas



UNAM  
FACULTAD  
DE ARTES  
Y DISEÑO

DIVISIÓN  
DE EDUCACIÓN CONTINUA  
Y EXTENSIÓN ACADÉMICA







5591973434



educontinuafad

<https://educacioncontinua.fad.unam.mx/>



UNAM  
FACULTAD  
DE ARTES  
Y DISEÑO



DIVISIÓN  
DE EDUCACIÓN CONTINUA  
Y EXTENSIÓN ACADÉMICA



REDEC UNAM