



**DISEÑO PEDAGÓGICO / CURRICULAR**  
**DIVISIÓN EDUCACIÓN CONTINUA**  
**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL**

**Identificación del Curso.**

Nombre del curso	Nombre del instructor	ÁREA	DURACIÓN	MODALIDAD	HORARIO
COMMUNITY MANAGEMENT	ALFREDO LEYTON	MARKETING DIGITAL	16 HORAS	ONLINE	MIÉRCOLES 9, JUEVES 10, VIERNES 11 (6 PM A 10 PM). SÁBADO 12 DE JUNIO (9 AM A 1 PM).

**Fechas**

Fecha de Inicio	Fecha de Finalización
MIÉRCOLES 9 DE JUNIO DE 2021	SÁBADO 12 DE JUNIO DE 2021

**Descripción del curso**

TALLER ENFOCADO EN SOCIALIZAR ESTRATEGIAS Y HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DE COMUNIDADES ONLINE. APRENDERÁS A ATRAER Y FIDELIZAR CLIENTES A TRAVÉS DE REDES SOCIALES.

**Requisitos mínimos de entrada al Curso.**

CONOCIMIENTO BÁSICO SOBRE REDES SOCIALES, HABER UTILIZADO ALGUNA VEZ O SER USUARIO ACTIVO DE FACEBOOK, INSTAGRAM, TWITTER, ENTRE OTROS.

**Dirigido a:**

QUIENES BUSQUEN FORTALECER O DESARROLLAR HABILIDADES EN EL MANEJO ESTRATÉGICO Y COMERCIAL DE REDES SOCIALES, PROFESIONALES EN EL ÁMBITO DEL MARKETING DIGITAL O EMPRENDEDORES.

**Objetivo/s del Curso.**

CONOCER A FONDO LAS FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DE UN COMMUNITY MANAGER.
APRENDER A GESTIONAR DE MANERA EFECTIVA LA COMUNIDAD ONLINE, A TRAVÉS DE CONTENIDO ATRACTIVO Y HERRAMIENTAS DIGITALES DE SOCIAL MEDIA.
POTENCIAR O DESARROLLAR HABILIDADES COMUNICACIONALES Y COMERCIALES PARA ATRAER Y FIDELIZAR CLIENTES.

**Contenidos del Curso.***Temas Principales (Unidades)*

CONOCIENDO AL COMMUNITY MANAGER
GESTIONAR LO ONLINE PARA GANAR: ATRAER Y FIDELIZAR A TRAVÉS DE CONTENIDO ATRACTIVO Y HERRAMIENTAS DIGITALES (TIENE 2 PARTES QUE SE CANALIZAN EN LA UNIDAD 2 Y 3).
ATRAER Y FIDELIZAR A TRAVÉS DE LA COMUNICACIÓN: BUSCANDO EL COPY GANADOR

*Temas secundarios o sub temas (por Unidad)*

UNIDAD 1: ¿QUÉ ES UN COMMUNITY MANAGER? ¿CUÁLES SON SUS TAREAS? ¿QUÉ RETOS ENFRENTA EN EL MUNDO DE LAS TENDENCIAS DIGITALES? REPASO DE CASOS SOBRE GESTORES DIGITALES DE MARCAS RECONOCIDAS.
UNIDAD 2: LA IMPORTANCIA DEL DISCURSO, PROMOCIONES, OFERTAS Y EL VALOR AGREGADO PARA ATRAER Y FIDELIZAR. UNIDAD 3: HERRAMIENTAS INDISPENSABLES PARA EL COMMUNITY MANAGER.
UNIDAD 4: PRINCIPIOS BÁSICOS DE REDACCIÓN PUBLICITARIA PARA BRILLAR EN LO COMERCIAL. REDACCIÓN DE TEXTOS ATRACTIVOS Y ATENCIÓN AL CLIENTE.

*Temas Transversales (en caso de existir).*

ANÁLISIS DE LA IMAGEN Y EL DISCURSO.
ESTUDIO DE CONTENIDO REFERENCIAL EN MARCAS MEDIANAS Y GRANDES.

**Estrategias de enseñanza - aprendizaje**

A TRAVÉS DE LAS TIC Y EL FORMATO DE REDACCIÓN IDC.

**Mecanismos de evaluación.**

Evaluación diagnóstica		Evaluación final	
Técnica	Instrumento	Técnica	Instrumento
COMPRESIÓN LECTORA	CONTROL DE LECTURA ORAL (4 PUNTOS)	APRENDIZAJE	ENSAYO 2 PÁGINAS (5 PUNTOS)
RETROALIMENTACIÓN	ASISTENCIA A LOS 4 MÓDULOS (1 PUNTO)		

En caso de requerir más espacios, insertar filas.

**Entorno de Aprendizaje** (Equipos, maquinarias, herramientas, materiales, materiales didácticos y de consumo para el desarrollo de la oferta de capacitación).

Instalaciones o Recursos	Fase teórica	Fase práctica
CUENTA ILIMITADA EN ZOOM	DIAPPOSITIVAS EN FORMATO PPT	CORREO ELECTRÓNICO PRIVADO (SE CANALIZAN LOS ENSAYOS)
COMPUTADORA		

**Brief (Resumen) de la trayectoria profesional y académica del instructor.**

--

Carga horaria:	Horas prácticas	3
	Horas teóricas	13
Bibliografía:	SANZ, DE VICUÑA. (2021). PLAN DE MARKETING DIGITAL EMPRESARIAL. MOSCHINI, SILVINA. (2018). CLAVES DEL MARKETING DIGITAL.	

.....  
firma del responsable del Diseño Curricular

Nombre y Apellido: ..... **ALFREDO LEYTON** .....

Cédula No.: .....