

Mendoza, 14 de marzo de 2023.

VISTO:

El EXP 2967/2023, en el que se envía el programa de la micro credencial "Marketing digital para emprendedores y freelancers - nivel inicial" del ITU-UNCuyo, y

CONSIDERANDO:

Que por Res. Nº 08/2022 DG-ITU, se aprobó el programa de "Micro credenciales de formación técnico- profesional en el ámbito del ITU UNCUYO.

Que por Res. Nº 21/2023 DG-ITU se aprobó la micro credencial de "Marketing Digital para Emprendedores y Freelancers - Nivel I" y en Nota 20990/2023, se solicita su derogación.

Que en Nota 18546/2023, se adjunta el mencionado programa.

Que por Resolución Nº 2708/2022, la señora Rectora de la Universidad Nacional de Cuyo, designa las funciones de Director General del ITU al Lic. Guillermo Gustavo Cruz. Por ello,

**EL DIRECTOR GENERAL
DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO
RESUELVE:**

ARTÍCULO 1º: Derogar la Res. Nº 21/2023 DG-ITU.

ARTÍCULO 2º: Aprobar el programa de la micro credencial "Marketing digital para emprendedores y freelancers - nivel inicial", que figura como Anexo I de la presente resolución.

ARTÍCULO 3º: Comuníquese



Mgter. Laura Fabiana Molina
Vicedirectora
I.T.U.



Lic. Guillermo Gustavo Cruz
Director General
I.T.U.

ANEXO I

MICRO CREDENCIAL: MARKETING DIGITAL PARA EMPRENDEDORES Y FREELANCERS

Presentación:

El desarrollo de la tecnología, la explosión de las compras por internet, la modificación de las formas de consumo, nos obliga a pensar en un nuevo perfil de profesionales.

Profesionales capaces de analizar los fenómenos contemporáneos en torno a procesos sociales, culturales y tecnológicos que derivan de las culturas digitales, reconociendo el rol de las tecnologías en la construcción de sentidos, y los medios de comunicación desde un posicionamiento crítico y democrático de los fenómenos socioculturales sus transformaciones culturales y los fenómenos políticos.

Se espera que las/os estudiantes pueden planificar, ejecutar y medir la estrategia de Marketing de un emprendimiento, proyecto o empresa. Como así también, comprender el ecosistema digital del funnel de ventas.

Para poder lograrlo, se trabajará con autores/as especialistas del marketing, con el complemento de lo que brindan las academias de las principales plataformas digitales (Google y Meta).

Esta microtitulación se propone brindar herramientas a personas con o sin conocimientos previos en MKT Digital, para que puedan iniciar sus emprendimientos o insertarse en el mercado laboral. Para acreditar este microtítulo, se deben cursar y aprobar los 4 cursos que a continuación se detallan. Sin embargo, pueden realizarse de manera independiente y obtener la certificación por el curso correspondiente.

Modalidad: Virtual.

Acreditación total: 121 horas.

Perfil del/a estudiante: Personas mayores de 18 años, con o sin estudios previos en MKT digital.

Metodología

La modalidad de cursado es 100% virtual, con clases sincrónicas y actividades asincrónicas. Se espera que las/os estudiantes puedan planificar, ejecutar y medir la estrategia de Marketing de un emprendimiento, proyecto o empresa. Como así también, comprender el ecosistema digital del funnel de ventas.

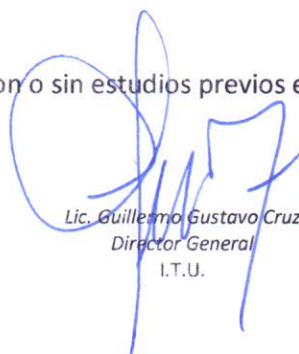
Serán encuentros semanales en los que se abordarán diversos autores y autoras relacionados con el marketing digital, con el complemento de lo que brindan las academias de las principales plataformas digitales (Google y Meta), a través de clases teórico - prácticas.

En esta segunda cohorte, se trabajará en 3 niveles orientados según los intereses de las/os estudiantes: sea posicionar sus emprendimientos o empresas, como una salida laboral. En ambos casos, deberán completar un formulario de autoevaluación online y resolver un ejercicio práctico, para conocer el conocimiento que tienen respecto a las temáticas de la microcredencial. Asimismo, quienes se inscriban y busquen una salida laboral, deberán completar también un desafío.

Modalidad: 100% Virtual.

Acreditación total: 121 horas.

Perfil del/a estudiante: Personas mayores de 18 años con o sin estudios previos en MKTdigital.



Lic. Guillermo Gustavo Cruz
Director General
I.T.U.

Nivel INICIAL

Curso 1: COMMUNITY MANAGER.

Carga horaria: 30 horas.

El Community Manager es el profesional responsable de construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en internet, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans y, en general, cualquier persona usuaria interesada en la marca.

- Introducción al MKT Digital: MKT offline vs. MKT Online. Consumidor Vs. Prosumidor. Principales técnicas y estrategias de MKT Digital. ¿Qué se necesita para ser un CM? Omnicanalidad.
- Armado de Brief: FODA, Cliente Ideal (Buyer Persona), Análisis de Competencias. Definición de target.
- Aspectos técnicos de optimización de estructuras de búsqueda (SEO), Link Building.
- ¿Qué es el posicionamiento orgánico? Herramientas de búsqueda de palabras claves. Estrategias de implementación.
- Plataformas Sociales/ Digitales: Twitter, TikTok, Facebook, Instagram, WhatsApp Business, LinkedIn. ¿Cómo funcionan? ¿Cómo configurar una cuenta de manera exitosa? Meta Business Suite y Creator Studio. Plataformas de programación unificada.
- Optimización del perfil de Twitter y LinkedIn. Estrategia y tipos de contenidos.
- Plan de MKT: Embudo de conversión. Definición de Objetivos (SMART). Establecer estrategias. Planificar implementación.
- Identificación de métricas y definición de KPI'S
- Catálogos de productos/servicios.

Curso 2: CONTENT Manager.

Carga horaria: 25 horas

Un content manager es la persona responsable de diseñar, gestionar, crear, mejorar y mantener el contenido que se comunicará en diversas plataformas de una empresa. Desde un sitio web el diseño de un plan de comunicación, hasta la generación de contenido en diferentes formatos como sitio web, redes sociales, boletines y otras plataformas de comunicación. También puede ocuparse de la creación de textos, eslóganes, publicidad, etc.

- ¿Qué se necesita para ser un Content Manager? Content Manager vs. Community Manager. o Armado de Brief: FODA, Cliente Ideal (buyer Persona), Análisis de Competencias. Definición de target.
- Copywriting. Storytelling. Herramientas de redacción publicitaria.
- Comunidades Digitales. Creadores de Contenidos (Influencers).
- Voz y Tono. Arquetipos de la Voz. Lenguaje inclusivo.
- Contenidos: Programación de contenidos. ¿Cómo crear contenido de valor según cada red social? Moderación en redes sociales. ¿Cómo responder sin morir en el intento?

Curso 3: Social Ads. Google Ads. Google Analytics. Mercado Libre ADS.

Carga horaria: 36 horas.

La administración de campañas de inversión digital es la estrella del marketing digital, nos permite llegar al público objetivo de manera eficaz. Los anuncios en redes sociales nos permiten llegar a los usuarios según sus intereses, gustos o preferencias. Incluso basado en sus interacciones vía redes sociales o sitios web

Este tipo de campañas tiene un gran potencial gracias a la variedad de segmentaciones y audiencias que ofrecen. En este curso, no sólo aprenderás sobre cómo pautar en internet y redes sociales sino también a optimizar tu presupuesto para maximizar los resultados; además cómo analizar esos resultados.

- Publicidad Programática.
- SEO y SEM .
- Introducción Social ADS. ¿Cómo funciona la pauta publicitaria en redes sociales? Cómo pautar de manera exitosa. Facebook Ads.
- Google Ads: Estructura de campana. Tipos de campañas, ofertas y presupuestos. Ubicaciones, programación y segmentación de públicos.
- Campañas de Red de Display y Red. de Búsqueda. Anuncios responsivos y dinámicos (Display). Extensiones de Google Ads. Principales métricas, y KPI's. Optimización de Campañas. Medición y análisis de performance.
- Google Analytics: Mapa de Interfaz. Google y las Cookies. Conversiones y Eventos. Principales Métricas.
- Mercado Libre ADS: Cómo funciona Product Ads. Creación de campañas. Métricas. Catálogo

CÁPSULAS:

Cada cápsula tiene una duración de 15 horas. Virtuales. Sincrónicas. 5 horas de trabajo individual

CANVA:

Sabemos que cuando sos emprendedor/a o trabajas freelance, a veces toca diseñar también. Eneste curso conocerás cómo aprovechar al máximo esta herramienta de edición online para optimizar tu tiempo y realizar diseños de calidad.

- Introducción en Canva. Cómo Crear una cuenta. Elementos, Paneles. Página de edición. Diferentes paneles
- Funcionalidades: Cómo realizar un diseño personalizado. Crear nuevas páginas. Utilizar marcos. Subir imágenes, Criterios de estilo para realizar diseños propios.
- Redes Sociales: Cómo diseñar un feed/post para Instagram. Crear historias/animaciones para instagram. Crear anuncios en formato carrousel para redes sociales,
- Funciones de Canva Pro. Ventajas y funcionalidades. Kit de marca. Planificador de contenidos.

CAPCUT:

La herramienta elegida por excelencia por CM's. Conocé todos los recovecos de esta aplicación que será tu gran aliada al momento de editar reels y videos en tiktok

- Tamaños y fondos para tus videos. Textos animados en bucle
- Creación de textos y cómo editar. importar fuente
- Sonidos y efectos en audio. Transiciones animadas + ordenar clips y fotos.
- Subtítulos automáticos para tus videos. Overlay (superposición) + Animación.

- Velocidades y curvas personalizadas. Efectos. Eliminar fondo en videos.
Superposición + keyframe (fotograma clave). Chroma key (fondo verde). Herramienta gotero
- Máscaras: efecto antes y después + desaparecer. Efecto clonar. Efecto rompecabezas. Herramienta estilo + marco congelado.
- Audio: Extraer y agregar audios. Agregar sonido a un REEL con audio desde TIKTOK usando CAPCUT.

CAPACITADORES/AS

Pedro Ramonda

Trabajó en Despegar.com en el equipo de marketing online durante 4 años. Allí administró campañas de Google para hoteles de LATAM. Es Google Partner desde 2014. Realizó la diplomatura de comunicación digital en la Universidad Siglo XXI. Trabajó en el equipo de Marketing de Tarjeta Nevada y se capacitó en las oficinas de Google en San Francisco para el Partner LEAD de Singularity University. En 2018 fundó la agencia La Proa, donde actualmente dirige el equipo de Performance Marketing.

Daniela Toledo Sacchi

Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Cuyo con formación en Profesorado en la misma institución. Maestranda en Comunicación Política de la Universidad Austral. Actualmente se desempeña como formadora de Mendoza Futura del Ministerio de Economía y Energía. Es docente de Comunicación Digital para emprendedores en la Municipalidad de Maipú. Además, realizó tareas de tutoría en la Diplomatura de Comunicación Digital y Transmedia de la Universidad Champagnat.

Guadalupe Pregel

Licenciada en Comunicación Social y especializada en comunicación en entornos digitales y diseño UX. Cuenta con experiencia en otras áreas como la producción audiovisual, desarrollo web y periodismo. Es docente en la Tecnicatura en Producción Audiovisual (FCPyS-FAD UNCUIYO), ITU y Universidad Champagnat.

Ornella Caccia

Licenciada en Comunicación Social y Maestranda en Comunicación Institucional de la UNSL, especializada en marketing digital. Se capacitó en Campañas de Google, con el equipo de Google Argentina. Coordinó equipos de comunicación institucional del Rectorado de la UNCUIYO. Es docente de Marketing y Publicidad Digital en la Universidad Champagnat y docente del ITU. Es capacitadora de la Academia de Mujeres Emprendedoras de la ONG Mujeres 2000. Directora y fundadora de CC Gestión y Comunicación.

Sol Vidoret y Valentina Melián (CapCut)

Tesistas de grado de la carrera de comunicación social. Integrantes del equipo de social media y performance de la agencia CC Gestión y Comunicación, especializada en la generación de contenido creativo para RRSS. Experiencia en edición audiovisual con diferentes herramientas de edición.