



## DIPLOMADO

### Redes Sociales 2.0

#### Diseño de Proyectos Institucionales

(en colaboración con notimex, Mier y Terán, Apoyo)

#### Reseña del programa

Contribuye a un mejor conocimiento sobre cómo funcionan estas redes y la manera de participar e interactuar con ellas desde una perspectiva estratégica. El enfoque central de la propuesta teóricometodológica – única en su género en el espacio profesional y académico — consiste en su visión integradora, a partir de la alineación y el ensamblaje con otras estrategias y plataformas de comunicación.

#### Coordinador

José Antonio Sosa Plata

#### Currículum del Coordinador

José Antonio Sosa Plata es especialista en información noticiosa, comunicación e imagen política. Ha realizado investigaciones profesionales, asesorías estratégicas y entrenamiento en medios a más de 650 personajes de primer nivel en El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Chile, Brasil, Perú, España, Estados Unidos y en más de 20 estados de la República Mexicana. Es coordinador académico de los diplomados en Estrategias de Comunicación Política, Comunicación de Gobierno y Manejo de Conflicto y Crisis. Coordinador de los seminarios Cuarto de Guerra y El Poder de las Redes Sociales en la Política. Autor del libro Información política: enfoque analítico y perspectiva estratégica (IFE, 1998). Director de Apoyo, Asesoría en Comunicación Política, S.C.

#### Perfil de ingreso

Funcionarios públicos de los tres niveles de gobierno; legisladores; empresarios; comerciantes; directivos de organizaciones sociales; directivos de medios de comunicación masiva y de medios digitales; directores de comunicación social; consultores; asesores; periodistas y líderes de opinión; académicos e investigadores; profesionales de las nuevas tecnologías; público en general interesado en el uso profesional de la Web 2.0

#### Objetivo

Aplicar las bases metodológicas y herramientas técnicas que se requieren para desarrollar proyectos estratégicos de redes sociales en la Web 2.0, con altos niveles de eficiencia, alineándolos y ensamblándolos con otras plataformas tecnológicas de acuerdo con objetivos factibles y viables que estén dentro del marco de una estrategia de comunicación institucional.

#### Contenido temático

##### Módulo I

##### PLATAFORMA WEB 2.0

Duración: 10 hrs.

- Revisión histórica
- El nuevo paradigma del poder
- Gestión del conocimiento
- *The tipping point*
- Web 2.0 institucional
- Razones para estar en la Web 2.0
- La visión de 360º

## **DIPLOMADO**

### **Redes Sociales 2.0**

#### **Diseño de Proyectos Institucionales**

*(en colaboración con notimex, Mier y Terán, Apoyo)*

#### **Contenido temático**

##### **Módulo II**

##### **RADIOGRAFÍA DE LAS REDES SOCIALES 2.0**

Duración: 10 hrs.

- Marco conceptual
- Usos, límites y potencialidades
- Comunidades y *websites*
- Una nueva psicología social:
  - Identidad
  - Socialidad
  - Interacción
  - Acción comercial
  - Acción social
  - Acción política

##### **Módulo III**

##### **DISEÑO ESTRATÉGICO DEL PROYECTO**

Duración: 10 hrs.

- Estructura de la campaña
- Modelos de vinculación, interconexión y participación
- Mensajes y manejo de emociones
- Mecanismo de control y análisis de riesgos
- El Plan de Negocios
- Retorno de inversión

##### **Módulo IV**

##### **CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD DIGITAL**

Duración: 10 hrs.

- Nuevos códigos y lenguajes
- Análisis de valor institucional
- Alineación de imágenes
- Aportación de valor
- Fortalezas y debilidades

## DIPLOMADO

### Redes Sociales 2.0

#### Diseño de Proyectos Institucionales

(en colaboración con notimex, Mier y Terán, Apoyo)

#### Contenido temático

##### Módulo V

##### ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

Duración: 10 hrs.

- Marco jurídico
- Equipo humano y técnico
- Alineación con otros instrumentos de comunicación
- Mensajes: Cantidad y calidad
- Creatividad
- Accesibilidad
- Mantenimiento y actualización
- Modelos de evaluación
- Control de calidad
- Control de daños
- Prospectiva y escenarios 2020

##### TALLER DE PROYECTOS ESTRATÉGICOS

##### Módulo VI

##### DIAGNÓSTICO Y MISIÓN

Duración: 10 hrs.

- ¿En dónde estamos?
- ¿Cuál es nuestra visión del proyecto?
- ¿Qué misión debemos cumplir?
- ¿Quiénes son nuestros *stakeholders*?
- ¿Cuáles son nuestros objetivos?
- ¿Con quiénes haremos el proyecto?

##### Módulo VII

##### ALINEACIÓN ESTRATÉGICA

Duración: 10 hrs.

- Estrategia general y estrategia 2.0
- Identificación de comunidades
- Ensamblaje con otras plataformas
- Selección de servicios y herramientas
- *Search Engine Optimization* (SEO)

## **DIPLOMADO**

### **Redes Sociales 2.0**

#### **Diseño de Proyectos Institucionales**

*(en colaboración con notimex, Mier y Terán, Apoyo)*

#### **Contenido temático**

##### **Módulo VIII**

##### **MODELOS DE PROYECTOS**

Duración: 10 hrs.

- ¿Qué elementos debe contener el proyecto estratégico?
- ¿Qué modelo elegir?
- ¿Cómo elegir la forma de presentación más adecuada?
- ¿Quiénes deben presentar el proyecto?
- ¿Qué resistencias deben vencerse para que el proyecto sea aprobado?

##### **Módulo IX**

##### **IMAGEN A PROYECTAR**

Duración: 10 hrs.

- Definición del concepto y tono
- La imagen objetivo
- El diseño del perfil
- El mensaje central
- Selección de audiencias
- Los mensajes persistentes
- Manual de estilo

##### **Módulo X**

##### **ESQUEMA DE ORGANIZACIÓN Y OPERACIÓN**

Duración: 10 hrs.

- El plan operativo
- Modelos de organización
- Colaboración outsourcing
- Supervisión y evaluación

#### **Informes**

Julio A. Martínez Castillo

Tel. 59.50.40.00 Ext. 7249, 7614

julio.martinez@uia.mx

#### **Coordinadora del área**

Lic. Mónica Reyes Castro

Tel. 59.50.40.00 Ext. 7602

monica.reyes@uia.mx

La Universidad Iberoamericana se reserva el derecho de posponer o cancelar los programas. Todos los alumnos de la Dirección de Educación Continua quedan regidos por los reglamentos generales de la Universidad Iberoamericana, así como de los reglamentos particulares internos.