

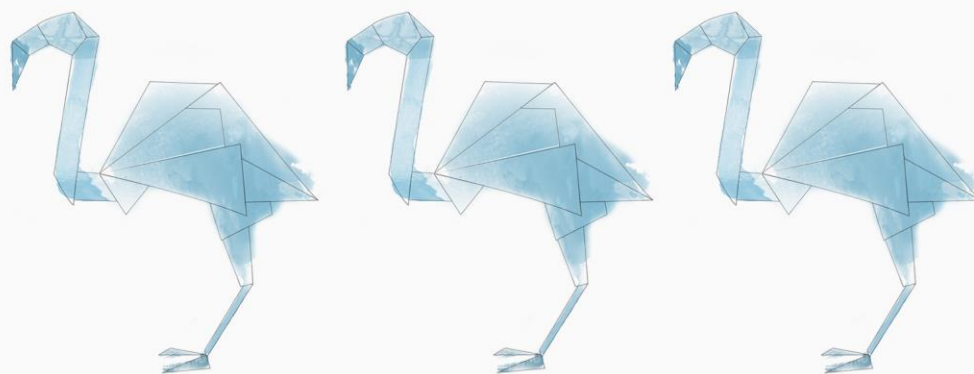


#MARKETINGINFLUENCER

Haz de tu afición, tu profesión

DEL 13 DE MARZO AL 22 DE MAYO DE 2018

Guía del curso



Fundación Uned

INTRODUCCIÓN

El papel y valor de la opinión de los influencer, o personas con autoridad suficiente para que su mensaje sea reconocido como tendencia y con una presencia destacada en el entorno digital, no deja de crecer. Las redes sociales han multiplicado la presencia de personas interesadas en emprender en este ámbito y con ello los casos de éxito. Estos nuevos profesionales digitales son un estilo de vida en sí mismos y un referente, de tal manera que el público que les sigue en muchos casos adquiere los productos que recomiendan, o los que ellos mismos generan.

Este fenómeno global ha hecho que los responsables de marketing digital, al desarrollar campañas publicitarias, se fijen en los *influencers* y los contraten para convertirlos en su imagen de campaña o para promocionar sus productos. En el 2º Informe AUGURE sobre el estatus de marketing de *influencers* encontramos datos que avalan esta realidad.

Un 93% de los encuestados cree que mediante tácticas de relación con *influencers* obtienen resultados que contribuyen a mejorar su visibilidad, frente a un 2% que las consideran “nada efectivas” o un 5% “un tanto ineficaces”. Otro dato llamativo es que un 76% de los comunicadores obtiene resultados positivos con influencers al fidelizar clientes.

El futuro de estos nuevos profesionales y el marketing digital con *influencers* es prometedor. Sin embargo, para lograr el éxito no basta con estar presente en medios sociales, ni cualquier campaña con *influencers*, por muchos seguidores que tenga, es adecuada para cualquier marca. Es preciso conjugar un manejo experto de herramientas y lenguajes, con la imagen apropiada de marca. De esta manera el *influencer* logrará hacer sostenible económicamente su proyecto y la marca obtener los resultados publicitarios fijados en la campaña. Todo ello sobre la base de la dedicación, la creatividad y el respeto a la audiencia.

OBJETIVO

En este curso se abordarán las estrategias clave de un proyecto de emprendimiento como *influencer* o creador de tendencias en redes sociales, así como los elementos clave que una empresa debe analizar para poner en marcha una campaña de marketing digital *influencer*. El objetivo es que a los participantes conozcan los elementos básicos del diseño de una marca personal como *influencer*, y puedan seleccionar al más adecuado para campañas publicitarias de este tipo. Para ello se analizarán casos de éxito, se ofrecerán claves para el uso de imagen y vídeo, el posicionamiento web, así como buenas prácticas del trabajo con *influencers* en publicidad, y la colaboración con agencias de representación.

APRENDERÁS A:

- Crear una marca personal
- Analizar factores de éxito de la comunicación en red
- Generar contenidos atractivos y dinamizarlos en redes sociales

- Conocer los diferentes medios publicitarios online y herramientas para crear campañas de publicidad en internet (SEO, SEM, Vídeo, Social Media, Email Marketing).
- El papel de las agencias de representación de *influencers*
- Trabajar con *influencers* en campañas digitales

PROGRAMA

EL CURSO TIENE 2 créditos ECTS o 4 de LIBRE CONFIGURACIÓN

Módulo 1. Introducción al marketing digital

Del marketing tradicional al marketing digital • Una nueva vuelta de tuerca: el marketing *influencer* • Por qué hacer una campaña de marketing digital con *influencers*: ventajas de frente a publicidad convencional.

Módulo 2. Cómo se convierte alguien en *influencer*: Marca personal en la red

Construcción del proyecto: Qué convierte a una persona en *influencer* • Actuación en redes sociales: qué busca el usuario. Interacción con usuarios y gestión de crisis • Inspiración y creatividad • Fidelización.

Uso del lenguaje: comunicación integral y eficaz: Comunicación escrita: la forma importa tanto como el contenido • Comunicación oral: tono, ritmo, dicción.

Identidad digital y reputación online: ¿Qué es la identidad digital? • Gestión de la identidad digital y reputación online • Privacidad en la red.

Módulo 3. Herramientas básicas para el marketing digital: Vídeo para web

Hacer tu vídeo: recursos y herramientas • Edición de vídeo • Gif animados • Música para tus vídeos • Claves para hacer un vídeo viral • Tu canal Youtube • Recursos y trucos para *youtubers*.

Módulo 4. Herramientas básicas para el marketing digital: Fotografía para web

Toma fotográfica • Fotografía de producto • Fotografía móvil • Tratamiento de la imagen • Aplicaciones móviles para retocar que sirven de inspiración • Recursos gráficos gratuitos • Propiedad intelectual.

Módulo 5. Dinamización de la marca en redes sociales: Instagram

Introducción • Por qué le interesa a una marca hacer publicidad en Instagram • Filtros • Instagram stories.

Módulo 6. Dinamización de la marca en otras redes sociales

Facebook • Opciones para estar presente en *Facebook* • Configuración de la privacidad • Twitter • Pinterest • Tu *newsletter* • Herramientas para la gestión integrada de redes sociales.

Módulo 7. Herramientas básicas para el marketing digital: blog y SEO, aliados fundamentales

Blog, videoblog, fotoblog • Blogger versus Wordpress: diseña, configura y optimiza tu blog • Migración de contenidos y redirección • *Copywriting* y *storytelling* • SEO y posicionamiento en buscadores • Elección de palabras clave y redacción de contenidos eficaces.

Módulo 8. Monetiza tu web: Internet como modelo publicitario

Introducción: el comercio electrónico • Modelo publicitario • Estudio de mercado con Google *Adwords* • Utilización de *AdServer* y publicidad • Google *AdSense* • Comercialización de productos asociados • Marketing de afiliación • Google *Analytics*.

Módulo 9. Estudio de casos de éxito emprendedor influencer y agencias de representación

Tendencias • Belleza • Cocina • *Lifestyle* • Videojuegos • Viajes • Periodismo • Principales agencias representantes de *influencers* • Cómo seleccionar el *influencer* adecuado para una campaña publicitaria • Gestión de campañas con *influencers*.

PÚBLICO AL QUE SE DIRIGE

- Profesionales, responsables, comerciales y directivos de marketing y publicidad
- Estudiantes de comunicación, marketing y publicidad
- Personas interesadas en convertirse en representantes de *influencers*
- *Community Managers*, profesionales del *Social Media* y relaciones públicas
- Emprendedores, sean o no de negocios digitales, que necesitan prescriptores para darse a conocer y ganar visibilidad
- Toda persona que trabaje en áreas de empresas que necesiten a los *influencers* como parte de su estrategia de marketing digital
- Estudiantes y egresados universitarios interesados en emprender en este sector
- Cualquier persona interesada en profundizar en estas temáticas o convertirse en *influencer*

DÓNDE Y CÓMO

Este programa formativo es online y se desarrollará a través de la plataforma *Moodle* de la Fundación UNED disponible 24/7. En esta plataforma los participantes dispondrán de un área privada donde podrán acceder al material docente, participar en foros de debate, plantear dudas, interactuar con otros alumnos, colgar y/o descargar otros materiales docentes a lo largo del curso, etc. Además de los 9 módulos del programa, encontrarán contenido extra como guías de uso y videotutoriales, ejercicios, etc.

Cada módulo se puede cursar en el tiempo que se necesite, aunque lo hemos dividido por semanas en el calendario del curso para que sea más sencillo de asimilar y administrar el tiempo de estudio. Sin embargo, como no estamos en el colegio, ofreceremos libertad total para que cada participante maneje libremente su disponibilidad de tiempo para el estudio.

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

Durante todo el curso te comunicarás con el equipo de docentes a través de:

- Correo electrónico: para realizar consultas particulares al equipo docente
- Foros: los mensajes que se escriben en los foros son públicos, por ello sirven para plantear temas de interés general
- Redes sociales del curso: Twitter [@influ FUNED](#), Instagram [@influ FUNED](#), Facebook: [Marketing influencer](#)
- Twitter de los formadores: @alexispul @behatriztejada @florasanz @leirefri
- Instagram: @saraaalr

MODELO DE EVALUACIÓN

Para la evaluación de este curso se establecen dos vías de evaluación, pudiendo optar por una, otra o conjugar ambas para superar el curso. En primer lugar se realizarán dos pruebas de tipo test. El primero se realizará a mitad del curso y evaluará el aprendizaje del estudiante referido a los contenidos de los módulos 1 al 4. El segundo evaluará el aprendizaje de los módulos 5 al 9, ambos inclusive. Si se obtiene más de un 5 de media en ambos test, se considerará superado el curso y se obtendrá el certificado acreditativo.

En segundo lugar, al tratarse de un curso eminentemente práctico, se establece como segunda vía de evaluación la realización de un trabajo fin de curso. En el que reflejemos, dependiendo de nuestros intereses, o los primeros pasos dados para poner en marcha nuestro posicionamiento como *influencers*, o el boceto de una campaña de marketing *influencer*. Cada

estudiante realizará un proyecto final en el que utilizará las herramientas y redes que considere más relevantes en relación a su proyecto de emprendimiento digital.

El proyecto podrá trabajarse a lo largo del curso, de tal manera que se vaya aplicando lo que en cada módulo se aprenda y pueda ser orientado por los formadores.

FORMADORES



Beatriz Tejada

Directora del curso

btejada@pas.uned.es

[Linkedin.com/in/beatriztejadacarrasco](https://www.linkedin.com/in/beatriztejadacarrasco)

Soy licenciada en Documentación y en Filosofía. Me formé como *Community Management* y desde entonces no he dejado de investigar en este campo. Me interesan las nuevas tecnologías aplicadas al aprendizaje, por lo que he desarrollado cursos como Competencias digitales y herramientas 2.0 y Búsqueda de empleo 2.0 y marca personal. Actualmente trabajo en la Biblioteca UNED como responsable de comunidades virtuales, identidad digital y marketing, donde tengo la suerte de trabajar rodeada de un equipo fabuloso.



Leire Frisuelos

Formadora

leirefrisuelos@pas.uned.es

[Linkedin.com/in/leirefrisuelos](https://www.linkedin.com/in/leirefrisuelos)

Soy licenciada en Filología Hispánica y Posgrado en Gestión de la información. En mi día a día trabajo en la gestión de redes sociales y la curación de contenidos. Imparto talleres sobre competencias digitales, *blogging* y comunicación científica 2.0 destinados a profesores e investigadores. Me gusta hacer cosas distintas y no estancarme. Aprendo día a día en mi trabajo gracias a grandes compañeros que favorecen un ambiente creativo en el que mejorar juntos.



Sara Ledo Rodríguez

Formadora y dinamizadora

[Linkedin.com/in/sara-ledo-rodriguez](https://www.linkedin.com/in/sara-ledo-rodriguez)

Me gradué en Publicidad y Relaciones Públicas en el Centro Universitario Villanueva, asociado a la UCM, el pasado año y desde entonces he trabajado sin descanso por conocer el mundo de la comunicación desde dentro, siempre con la suerte de trabajar codo con codo con *influencers* desde diferentes perspectivas. A nivel personal soy una apasionada de la música, la moda y la comunicación. Estoy encantada de formar parte de este proyecto y dispuesta a darlo todo para compartir con los participantes mi experiencia en marketing digital con *influencers*.

**Alexis Moreno Pulido**

Formador

axmoreno@pas.uned.es[Linkedin.com/in/alexis-moreno-pulido](https://www.linkedin.com/in/alexis-moreno-pulido)

Licenciado en Documentación e Historia y Certificado de Aptitud Pedagógica por la USAL. Formador e-learning en competencias informacionales en estudios oficiales de la UNED y en [Competencias digitales y herramientas 2.0](#). Actualmente trabajo en la Biblioteca del Campus Norte donde soy un intra-empresario de equipo. En formación permanente, disfruto cada día con mi trabajo. En este curso seré vuestro compañero en los foros, siempre dispuesto a echaros una mano en cualquier problema o duda.

**Néstor Prades Gargallo**

Formador

[Linkedin.com/in/nestor-prades-gargallo](https://www.linkedin.com/in/nestor-prades-gargallo)

Graduado en Geografía e Historia por la Uned. En 2012 fui uno de los fundadores de la Muestra de Cine de Ascaso, donde desarrollo funciones de dirección y programación y desde donde llevamos a cabo una intensa actividad en favor de la difusión del cine independiente y en versión original por las zonas rurales. He colaborado en medios de comunicación como RNE3 y en el portal de cine 40ofilms. Mi carrera profesional se ha desarrollado como *community manager* y diseñador gráfico, profesiones que me permiten dar rienda suelta a mi espíritu artístico y creativo.

**Flora Sanz Calama**

Formadora

mfsanz@pas.uned.es[Linkedin.com/in/florasanz](https://www.linkedin.com/in/florasanz)

Soy licenciada en Geografía e Historia por la UCM. Me formé como documentalista y durante años desarrollé mi carrera en medios como Prisa.com y El Mundo. Me especialicé en el manejo de herramientas 2.0 y gestión redes sociales, conocimientos que comparto como formadora. Mi trabajo diario lo desarrollo en la Mediateca de la Biblioteca UNED donde además de gestionar las colecciones de cine y música, mantengo un blog sobre estas materias.

Este equipo docente cuenta con una amplia trayectoria formativa en nuevas profesiones y tecnologías, así como en la inserción laboral. Su labor ha sido reconocida con premios como el de las Jornadas de Documentación 2013, dedicadas a la "Innovación y empleabilidad", el Premio del Consejo Social UNED 2010 y 2013, y el XI Premio Nacional SEDIC a la Calidad e Innovación 2016.

MATRICÚLATE

La inscripción se realiza a través de la página de la Fundación UNED. www.fundacion.uned.es

Duración del curso:

13 de marzo al 22 de mayo de 2018
Matrícula abierta hasta el 30 de marzo

Importe matrícula:

General 400 €	Alumno y ex-alumno UNED y Fundación UNED DESEMPLEADOS 200 €	Otros estudiantes universitarios 225 €	Empleados de la UNED y Fundación UNED 300€
------------------	--	--	---

Si se elige cualquiera de las opciones con descuento en la matrícula, deberá enviarse una copia escaneada del documento que le de derecho, junto al comprobante de pago, a: erodriguez@fundacion.uned.es

Además del descuento para estudiantes y desempleados, **pueden bonificarse la matrícula todos los trabajadores por cuenta ajena a través de la Fundación Tripartita** para el Empleo.

LA FUNDACIÓN UNED

La Fundación UNED, junto con la UNED, son las instituciones encargadas de diseñar, promover y realizar todos aquellos estudios que son necesarios en pro del desarrollo científico, cultural, social, económico, de la investigación y de la formación profesional, tanto de la sociedad española como de aquellos países con los que mantiene relaciones de cooperación.

La completa oferta de acciones formativas online de la Fundación UNED puede consultarse en su web.

INFORMACIÓN MATRÍCULA

Fundación Uned
erodriguez@fundacion.uned.es
91 386 72 75 | 91 386 72 76

INFORMACIÓN BONIFICACIÓN

gestion.bonificaciones@fundacion.uned.es
91 444 17 43

INFORMACIÓN ACADÉMICA

Beatriz Tejada Carrasco. Directora
btejada@pas.uned.es