



IA Y REDES SOCIALES



POSGRADOS
Y EDUCACIÓN
continua

“

Más que publicar:
comunicar con intención.

”



OBJETIVO

Brindar a los participantes los conocimientos y habilidades necesarias para el uso de la inteligencia artificial y otras herramientas tecnológicas de vanguardia para optimizar su presencia en redes, aumentar su visibilidad, atraer clientes potenciales y generar ventas:

- Aprender desde las bases tecnológicas.
- Diseñar e implementar una estrategia comercial efectiva a través de redes sociales.
- Desarrollar y posicionar su negocio, emprendimiento o profesión en el entorno digital actual.

DIRIGIDIO A:

Emprendedores, profesionistas, estudiantes y público en general interesados en potenciar su presencia en redes sociales. Es ideal para quienes buscan promover su negocio, marca personal o servicios mediante estrategias digitales efectivas.



PERFIL DE INGRESO

El aspirante deberá contar con conocimientos básicos en el uso de computadora y/o teléfono inteligente, así como interés por el entorno digital, la comunicación y el uso de herramientas tecnológicas para el crecimiento personal o profesional.

PERFIL DE EGRESO

Al finalizar el diplomado, el participante será capaz de diseñar e implementar estrategias de marketing digital en redes sociales, crear contenido atractivo y alineado a objetivos comerciales, utilizar herramientas tecnológicas e inteligencia artificial, y gestionar su presencia digital para aumentar su visibilidad, atraer clientes potenciales y generar ventas.



1

FASE 1: FUNDAMENTOS DEL MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Objetivo: Que el estudiante entienda los conceptos clave del marketing digital, el ecosistema de redes sociales y cómo estas pueden adaptarse a su negocio o profesión.

Temas clave:

- ¿Qué es el marketing digital? Introducción y evolución.
- El nuevo consumidor digital.
- Redes sociales: tipos, diferencias y propósitos.
- Elección de la red adecuada para cada tipo de negocio/profesión.
- Branding personal y empresarial: construcción desde cero.
- Algoritmos y funcionamiento general de las plataformas (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, YouTube, etc.).
- Primeros pasos: creación de perfiles optimizados y coherentes con tu marca.
- Introducción a la estrategia de contenido: tipos, formatos y objetivos.

2

FASE 2: ESTRATEGIA COMERCIAL Y DE CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES

Objetivo: Que el estudiante aprenda a crear una estrategia integral de contenido, promoción y ventas usando redes sociales como herramienta activa de crecimiento.

Temas clave:

- Definición de objetivos comerciales y de marketing.
- Buyer persona y segmentación de audiencia.
- Planificación de contenidos: calendario, temáticas, frecuencia.





Universidad
La Salle[®]
Morelia

DURACIÓN Y HORARIOS

80 HORAS DE CURSO

Lunes

9:00 a 13:00 horas

Presencial y en línea

INVERSIÓN

Inscripción: \$1,500.00

5 mensualidades: \$1,500.00

INFORMES

Piso 9 Torre Financiera,
Fraccionamiento Las Américas
Morelia, Michoacán

443 314 8752

443 321 2103 ext. 1142

academicaposgrados@ulsamorelia.edu.mx

Página web: www.lasallemorelia.edu.mx