



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
DE QUERÉTARO



FCPS
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y SOCIALES

Diplomado en Social Media: analítica, marketing y contenidos digitales.
Décima edición.
90 horas.
2025-1

Coordinación: Mtro. César Octavio Colunga Enríquez

Imparten: Mtra. Alejandra García Ortiz, Mtra. Gabriela González Pureco y Mtro. César Octavio Colunga Enríquez.

Dirigido a: estudiantes, docentes, egresados y todos los profesionales de las áreas de comunicación, mercadotecnia, artes y diseño gráfico, así como aquellos interesados en la actualización y conocimiento del tema.

Objetivo general: proporcionar las herramientas y metodologías suficientes para aplicar el nuevo paradigma de la comunicación y el marketing digital.

Fechas: Inicia en 16 de mayo y finaliza el 2 de agosto.

Modalidad: virtual.

Horario: trabajo en plataforma durante la semana (de forma asíncrona), viernes de 18:00 a 21:00 horas (sesión virtual síncrona) y sábados: 9:00 a 13:00 horas (sesión virtual síncrona).

Opción a titulación: para las licenciaturas en Comunicación y Periodismo, Ciencias Políticas y Administración Pública, y Sociología.

Cupo: mínimo 10 participantes (La apertura del diplomado está sujeta al número de participantes).

Costos:

Comunidad UAQ

\$6,500.00

- Pago en dos exhibiciones:

Primer pago: \$3,250.00, hasta el 2 de junio de 2025.

Segundo pago: \$3,250.00, hasta el 2 de julio de 2025.



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
DE QUERÉTARO



FC
PS
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y SOCIALES

Público en general

\$8,500.00

- Pago en dos exhibiciones:
Primer pago: \$4,250.00, hasta el 2 de junio de 2025.
Segundo pago: \$4,250.00, hasta el 2 de julio de 2025.

Una vez realizada la inscripción en <https://forms.gle/emWQGt8MdJeMz3b56> , la coordinación de Educación Continua se pondrá en contacto para confirmar el proceso y enviar la liga para descargar el recibo de pago.

Programa del diplomado Social Media: analítica, marketing y contenidos digitales 2025-1

Unidades	Actividades
UNIDAD 1 Estructura, composición y prácticas de Internet 1. Surgimiento de internet. 2. Evolución de la red de redes. 3. Cultura de la convergencia y participación. 4. La sociedad en red.	 Exposición Lluvia de ideas Plenaria Trabajo en equipo



Unidades	Actividades
UNIDAD 2 Métricas y analítica web 1. Big data en el entorno actual. 2. Impulso orgánico e impulso pagado. 3. Google Trends, plataforma google y analítica sociodigital. 4. Análisis e interpretación de datos.	Exposición del maestro. Discusión de lecturas en clase. Foros de discusión. Uso y presentación de recursos audiovisuales. Reportes de asimilación de conceptos y actividades de corroboración del aprendizaje.
UNIDAD 3 Marketing digital 1. Marketing digital. ¿Qué es y qué lo diferencia de la comunicación? 2. Buyer persona digital. 3. Blended marketing. 4. Modelo SMART para el planteamiento de objetivos. 5. Modelo RACE para el planteamiento de estrategias de marketing.	Exposición del maestro. Discusión de lecturas en clase. Foros de discusión. Uso y presentación de recursos audiovisuales. Reportes de asimilación de conceptos y actividades de corroboración del aprendizaje
UNIDAD 4 Comunicación estratégica y Social Media 1. ¿Qué es social media? 2. ¿Qué es comunicación digital? 3. Teoría de Seis grados de separación. 4. Identidad digital y reputación on line. 5. Comunicación estratégica digital.	Exposición del maestro. Discusión de lecturas en clase. Foros de discusión. Uso y presentación de recursos audiovisuales. Reportes de asimilación de conceptos y actividades de corroboración del aprendizaje



Unidades	Actividades
UNIDAD 5 Narrativas Virales 1. El stroytelling 2. Narrativas multimedios vs Narrativas transmedia 3. Viralidad y Cultura Pop 4. ¿Qué es la memética? 5. Elementos que la conforman.	Exposición del maestro. Discusión de lecturas en clase. Foros de discusión. Uso y presentación de recursos audiovisuales. Reportes de asimilación de conceptos y actividades de corroboración del aprendizaje.
UNIDAD 6 Plan de Social Media 1. Gestión de proyectos. 2. Curación de contenidos. 3. Manejo y administración de redes.	Exposición del maestro. Discusión de lecturas en clase. Foros de discusión. Uso y presentación de recursos audiovisuales. Reportes de asimilación de conceptos y actividades de corroboración del aprendizaje.

Referencias básicas y complementarias

1. Bauman, Zigmunt (2009) Vida de consumo, Fondo de Cultura Económica, México.
2. Castells, Manuel (2001), La era de la información, Siglo XXI, México
3. Castells, Manuel (2010) Comunicación y poder, Alianza Editorial Barcelona.
4. Cobo Romaní, Cristobal y Hugo Pardo Kuklinski (2008) Planeta Web 2.0, Inteligencia colectiva o medios fast food, FLACSO México. México.
5. Scolari, Carlos (2008) Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Gedisa. Barcelona.
6. Zimmer, Michael (2008) The externalities of Search 2.0: The emergency privacy threats when the drive for the perfect search engine meets Web 2.0, First Monday, Vol. 13 and Number 3. Downloaded October 28, 2011.



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
DE QUERÉTARO



FCPS
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y SOCIALES

7. Fuchs, Christian (2012) Some Reflections on Manuel Castells' Book Networks of Outrage and Hope. Social Movements in the Internet Age. Triple C, Cognition, Communication, Cooperation.
8. Van De Donk WB, Loader, D. B. et al. (eds). (2004) Cyberprotest: New Media, Citizens, and Social Movements, New York: Routledge.
9. Downing J. (2008) Social Movement Theories and Alternative Media: An Evaluation and Critique. Communication, Culture & Critique 1: 40-50.
10. Johnny Ryan (2010) History of Internet and the digital future, Reaktion Books (ebook)
11. Carr, Nicholas The shallows: What the Internet is doing to our brains?, (2010) W.W. Norton and Company, London.
12. Taprial, Varinder & Priya Kanwar (2012) Understanding Social Media, Bookboon.com.
13. Zimmer, Michael (2008) The externalities of Search 2.0; The emergency privacy threats when the Drive for the perfect search, First Monday, Vol. 13, Number 3, March.
14. Taprial, Varinder and Priya Kamwar (2011) Google beyond Google, Bookboon.com.
15. JoDi Dean (2010), Blog Theory Feedback and Capture in the Circuits of Drive, Polity, Cambridge, UK.
16. The Happiness Research Institut (2015) "The Facebook experiment. Does social media affect the quality of our lives?", The Happiness Research Institut
17. Gil de Zúñiga, Homero, Nakwon Jung and Sebastián Valenzuela (2012) "Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation," Journal of Computer-Mediated Communication 17 pp. 319-336 2012 International Communication Association, doi:10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x
18. Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. Journal of ComputerMediated Communication, 12(4), article 1. <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>
19. Jorge, Miguel et al (2011), "Twitter, 5 años Un recorrido por la herramienta que se convirtió en plataforma" Ebook, Hipertextual y Telefónica Movistar
20. Dettmer, Jorge e Yvon Angulo (2012) "Análisis de Redes Sociales: Un estado del Arte", Ponencia presentada en el V Congreso Internacional de Sociología, 25 -28 de septiembre, Ensenada Baja California, México.
21. Castelló Martínez, Araceli (2010) "¿Cuánto vale un fan? El reto de la medición de la audiencia en los social media" Pensar la publicidad, Vol. IV, no 2, 89-110
22. Xiong Liu et al (2012) "SocialCube: A Text Cube Framework for Analyzing Social Media Data" IEE Computer society, DOI 10.1109/SocialInformatics.2012.87



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
DE QUERÉTARO



**FC
PS**
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y SOCIALES

Criterios de acreditación:

Obtener una calificación final mínima de 8.0 para la acreditación.

Reportes de asimilación de conceptos y actividades de corroboración del aprendizaje solicitadas por cada ponente: 20%

Trabajo Final: 80%

Requisitos de permanencia: acudir al 80% de las sesiones.

Informes e inscripciones

Coordinación de Educación Continua

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Tel. 442 192 1200 Ext. 5472

Email: educacioncontinua.fcps@uaq.mx

Facebook: : <https://www.facebook.com/EDUCACONFCPSUAQ>

Web: <https://fcps.uaq.mx/index.php/educon>