



UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
DE QUERÉTARO



FC  
PS  
FACULTAD DE CIENCIAS  
POLÍTICAS Y SOCIALES

## Diplomado “Social Media: Analítica, Marketing y Contenidos Digitales”. 94 horas. 2025-2

**Coordinación:** Mtro. César Colunga

**Imparten:** Mtro. César Colunga, Mtra. Gabriela Pureco y Mtra. Alejandra García

**Dirigido a:** estudiantes de licenciatura, egresados y profesionales de las áreas de Comunicación y Periodismo, Relaciones Públicas, Comunicación Visual y Ciencias Políticas y Administración Pública y áreas afines. Y a emprendedores, gestores de proyectos y responsables de comunicación organizacional.

**Objetivo general:** diseñar estrategias integrales de social media que articulen conceptos del ecosistema digital, metodologías de planeación (SMART, RACE), analítica y generación de contenidos, para fortalecer la presencia y reputación digital de organizaciones mediante la evaluación crítica del rendimiento y la incorporación de aprendizajes.

**Fechas:** del 27 de septiembre al 12 de diciembre

**Modalidad:** virtual

**Horario:** viernes de 18:00 a 22:00 horas (asíncrono) y sábados de 9:00 a 13:00 (síncrono)

**Opción a titulación:** si. Comunicación y Periodismo, Ciencias Políticas, Relaciones Internacionales.

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

**Costos:**

Comunidad UAQ: \$6,500.00



UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
DE QUERÉTARO



FC  
PS  
FACULTAD DE CIENCIAS  
POLÍTICAS Y SOCIALES

Público en general: \$8,500.00

Comunidad UAQ: \$6,500.00 (diferido a dos pagos)

Primer pago: \$3,250.00, hasta el 1 de octubre de 2025

Segundo pago: \$3,250.00, hasta el 3 de noviembre de 2025

Público en general: \$8,500.00 (diferido a dos pagos)

Primer pago: \$4,250.00, hasta el 1 de octubre de 2025

Segundo pago: \$4,250.00, hasta el 3 de noviembre de 2025

**Una vez realizada la inscripción en <https://forms.gle/YsvEy4bmuJcxvb1d7> , la coordinación de Educación Continua se pondrá en contacto para confirmar tu inscripción y enviar los recibos de pago.**



UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
DE QUERÉTARO



FC  
PS  
FACULTAD DE CIENCIAS  
POLÍTICAS Y SOCIALES

### Programa del diplomado “Social Media: Analítica, Marketing y Contenidos Digitales” 2025-

Unidad	Objetivos de los módulos	Dinámicas o actividades	Referencias	Criterios a evaluar en el módulo.
<p><b>Módulo I.</b></p> <p>Estructura, Composición y Prácticas de Internet</p>	<p><b>Objetivos:</b></p> <p>Reconocer los fundamentos de Internet, sus usos y evolución, identificando el papel de las redes sociales en el ecosistema digital.</p>	<p><b>Actividad.</b></p> <p>Clases en vivo con análisis de casos, foros de discusión y ejercicios de investigación de uso de Internet en México y Querétaro.</p>	<p>Castells, M. La galaxia Internet. Ariel.</p> <p>Boyd, D. It's Complicated. Yale University Press.</p>	<p>Entrega de mapa conceptual sobre ecosistema digital.</p> <p>Criterios: claridad (30%), análisis (40%), estructura visual (30%).</p>



UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
DE QUERÉTARO



FC  
PS  
FACULTAD DE CIENCIAS  
POLÍTICAS Y SOCIALES

Unidad	Objetivos de los módulos	Dinámicas o actividades	Referencias	Criterios a evaluar en el módulo.
<b>Módulo II.</b> Comunicación Estratégica y Social Media	<b>Objetivo.</b>  Comprender los elementos clave de la comunicación estratégica digital y su integración en planes de social media.	<b>Actividad.</b> Taller en vivo, análisis de campañas reales, ejercicios de redacción de objetivos comunicativos.	Capriotti, P. Planificación Estratégica de la Comunicación.  Scott, D. M. The New Rules of Marketing and PR.	Desarrollo de esquema preliminar de estrategia digital.  Criterios: pertinencia (30%), coherencia (40%), aplicación práctica (30%).



UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
DE QUERÉTARO



FC  
PS  
FACULTAD DE CIENCIAS  
POLÍTICAS Y SOCIALES

Unidad	Objetivos de los módulos	Dinámicas o actividades	Referencias	Criterios a evaluar en el módulo.
<b>Módulo III.</b> Métricas y Analítica Web	<b>Objetivo.</b> Analizar datos y métricas digitales para evaluar el impacto de acciones en social media y mejorar la toma de decisiones.	<b>Actividad.</b> Uso de herramientas como Google Trends, ejercicios de interpretación de datos, práctica con métricas reales.	Kaushik, A. Web Analytics 2.0. Google Skillshop (materiales gratuitos).	Entrega de reporte analítico sobre campaña digital. Criterios: precisión de datos (40%), análisis crítico (40%), formato (20%).



UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
DE QUERÉTARO



FC  
PS  
FACULTAD DE CIENCIAS  
POLÍTICAS Y SOCIALES

Unidad	Objetivos de los módulos	Dinámicas o actividades	Referencias	Criterios a evaluar en el módulo.
<p><b>Módulo III.</b> Marketing Digital</p>	<p><b>Objetivo.</b> Aplicar metodologías de marketing al desarrollo de estrategias de social media enfocadas a resultados medibles.</p>	<p><b>Actividad 4.</b> Taller de buyer persona, ejercicios con modelos SMART y RACE, análisis de casos de éxito.</p>	<p>Kotler, P. Marketing 4.0. Chaffey, D. Digital Marketing Strategy</p>	<p>Elaboración de plan táctico básico de marketing digital. Criterios: segmentación (30%), claridad de objetivos (40%), creatividad (30%).</p>



UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
DE QUERÉTARO



FC  
PS  
FACULTAD DE CIENCIAS  
POLÍTICAS Y SOCIALES

Unidad	Objetivos de los módulos	Dinámicas o actividades	Referencias	Criterios a evaluar en el módulo.
<p><b>Módulo V.</b></p> <p>Narrativas Virales</p>	<p><b>Objetivo.</b></p> <p>identificar estructuras narrativas virales y crear contenidos digitales adaptados a tendencias y cultura pop.</p>	<p><b>Actividad.</b></p> <p>Creación de storytelling, ejercicios de memes y narrativas transmedia, dinámicas de viralización.</p>	<p>Salmon, C. Storytelling: la máquina de fabricar historias.</p> <p>Jenkins, H. Convergence Culture.</p>	<p>Entrega de propuesta de campaña viral (piezas gráficas o guion digital).</p> <p>Criterios: originalidad (40%), coherencia (40%), engagement potencial (20%).</p>



Unidad	Objetivos de los módulos	Dinámicas o actividades	Referencias	Criterios a evaluar en el módulo.
<p><b>MÓDULO 3:</b> Resistencias y Alternativas</p>	<p>Explorar el cuerpo como territorio político. Crear narrativas poéticas sobre el habitar.</p> <p>Sintetizar aprendizajes del seminario en ejercicios de prospectiva crítica. Diseñar escenarios urbanos alternativos basados en justicia espacial y epistemologías del Sur. Articular un manifiesto colectivo para la transformadora. acción urbana</p> <p>Sintetizar aprendizajes en una propuesta concreta. Socializar conocimientos con actores locales.</p>	<p><b>Actividad 3.</b></p> <p>Taller: "Deconstruir monumentos" - Reinterpretación crítica de símbolos urbanos. Laboratorio: Prototipado de espacios habitables con materiales reciclados.</p> <p><b>Actividad 4.</b></p> <p>Estudio de caso: Radios comunitarias, huertos urbanos y teatros autogestivos. Simulación: "Asamblea de saberes" - Planificación colectiva de un centro cultural.</p> <p><b>Actividad 5.</b></p> <p>Taller de escritura: "Poesía del silencio" Elaboración de "geografías"</p>		<p>7.</p> <p>Calidad de la carta (40%). Argumentación en defensa oral (30%).</p> <p>Aplicabilidad de propuestas (30%).</p>



UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
DE QUERÉTARO



FC  
PS  
FACULTAD DE CIENCIAS  
POLÍTICAS Y SOCIALES

Unidad	Objetivos de los módulos	Dinámicas o actividades	Referencias	Criterios a evaluar en el módulo.
<b>Módulo VI.</b> Plan Integral de Social Media	<b>Objetivos</b>  Integrar los conocimientos adquiridos en un plan completo de social media aplicable a un caso real.	<b>Actividad.</b>  Trabajo colaborativo en línea, sesiones de asesoría personalizada, presentación final del proyecto.	Charlene Li, Groundswell.  Materiales de referencia de módulos anteriores.	Presentación del plan de social media (proyecto final).  Criterios: diagnóstico (20%), estrategia (20%), contenido (20%), métricas (20%), innovación y viabilidad (20%).



UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
DE QUERÉTARO



FC  
PS  
FACULTAD DE CIENCIAS  
POLÍTICAS Y SOCIALES

## Referencias básicas y complementarias

### Referencias Básicas

1. Capriotti, P. (2013). Planificación Estratégica de la Comunicación. Ariel.
  2. Kaushik, A. (2010). Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability & Science of Customer Centricity. Sybex.
  3. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Wiley.
  4. Salmon, C. (2008). Storytelling: La máquina de fabricar historias y formatear las mentes. Península.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson Education.

### Referencias Complementarias

1. Castells, M. (2003). La galaxia Internet: Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Plaza & Janés.
2. Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. NYU Press.
3. Boyd, D. (2014). It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens. Yale



UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
DE QUERÉTARO



FC  
PS  
FACULTAD DE CIENCIAS  
POLÍTICAS Y SOCIALES

University Press.

4. Scott, D. M. (2020). The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly. Wiley.

5. Li, C., & Bernoff, J. (2011). Groundswell: Winning in a World Transformed by Social Technologies. Harvard Business Press.

### **Criterios de acreditación y permanencia:**

Para acreditar el Diplomado Social Media: Analítica, Marketing y Contenidos Digitales, los participantes deberán cumplir con los siguientes criterios, en apego al Reglamento de Estudiantes de la Universidad Autónoma de Querétaro, el cual establece que la calificación mínima aprobatoria será de 8.0.

#### 1. Asistencia

- Contar con un mínimo del 80% de asistencia a las sesiones en vivo programadas (sincrónicas).
- Participar activamente en las actividades asíncronas a través de la plataforma virtual (Google Classroom).

#### 2. Entrega de trabajos

- Presentar en tiempo y forma las tareas, ejercicios y actividades asignadas en cada módulo.
- La entrega tardía será penalizada con una reducción de hasta el 10% de la calificación asignada a la actividad.

#### 3. Evaluaciones

- Se aplicarán evaluaciones parciales al finalizar cada módulo, integrando conceptos teóricos y ejercicios prácticos.

#### • Ponderación:



UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
DE QUERÉTARO



FC  
PS  
FACULTAD DE CIENCIAS  
POLÍTICAS Y SOCIALES

- Asistencia y participación: 15%
- Entregas de actividades por módulo: 30%
- Evaluaciones parciales: 20%
- Producto final integrador: 35%

### **Informes e inscripciones**

Coordinación de Educación Continua

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Tel. 442 192 1200 Ext. 5477

Whatsapp: 442 187 9197

Email: [educacioncontinua.fcps@uaq.mx](mailto:educacioncontinua.fcps@uaq.mx)

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

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