

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS
ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN DIGITAL CON MENCIÓN EN
INTELIGENCIA DE REDES SOCIALES

TEMARIO PARA EXAMEN DE INGRESO

1. Comunicación Digital: fundamentos y evolución

Definición de comunicación digital

Características: instantaneidad, fragmentación, personalización

Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0

Transformación del usuario: consumidor → productor

Interacción y comportamiento del usuario

Motivaciones: información, entretenimiento, expresión, socialización, validación

Acceso, inclusión y alfabetización digital

2. Redes Sociales como ecosistema de marca

Concepto de Social Media

Psicología y expectativas del usuario

Contenido generado por el usuario (UGC)

Redes como canal de posicionamiento y conversión

Conversión informativa, educativa, comercial y ciudadana

3. Community Management

Rol del Community Manager

Competencias blandas y técnicas

Componentes del Social Media Plan

Gestión de reputación

Manejo de crisis: verificar, responder, monitorear, comunicar

4. Contenido y narrativa digital

Tipos de contenido: educativo, inspiracional, entretenimiento, informativo

Storytelling (gancho, conflicto, desarrollo, aprendizaje, cierre)

Calendario editorial

Diseño visual profesional: color, tipografía, composición

Copywriting

5. Plataformas y estrategias

Lógica de cada plataforma (Instagram, TikTok, Facebook, LinkedIn, YouTube)

Blogs, páginas web y reputación

Plataformas complementarias: WhatsApp Business, Pinterest, Telegram, newsletters

6. Algoritmos

Qué son los algoritmos

Tipos: feed, descubrimiento, recomendación

Adaptación estratégica

Señales positivas y negativas de posicionamiento

7. Métricas y evaluación

Importancia de medir

Métricas esenciales: alcance, engagement, impresiones, conversión

Herramientas profesionales: GA4, Looker Studio, Meta Business, TikTok Analytics

Indicadores estratégicos para toma de decisiones

8. Buenas prácticas y recomendaciones

Errores comunes

Contenido que mejor funciona

Psicología del usuario aplicada a contenido

Tono y voz institucional

Sistema de atención y respuestas (dudas, reclamos, críticas, trolls, etc.)

Matriz extendida de KPIs

Bibliografía: GUÍA INTEGRAL DE PRINCIPIOS BÁSICOS PARA EL MANEJO PROFESIONAL DE REDES SOCIALES