

Internacionalización por las Redes Sociales y el Internet

Datos generales

Nombre de la asignatura		Nivel de formación	Clave de la asignatura
Internacionalización por las Redes Sociales y el Internet		Licenciatura	CU012
Prerrequisito		Area de formación	Departamento
CRM y Servicio al cliente		Especializante Selectiva	Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales
Academia	Modalidad	Tipo de asignatura	Prerrequisito de % de créditos
Negocios Electrónicos	Presencial	Curso-Taller	50 %

Carga horaria

Teoría Práctica Total Créditos

40 40 80 8

Trayectoria de la asignatura

Vinculada con la asignatura: CRM y Servicio al Cliente.

Contenido del programa

Presentación

En esta materia se aprenderá a gestionar y manejar las redes sociales como una herramienta de la mercadotecnia, así como saber la importancia y el papel que desempeña un gestor de redes sociales. Se necesita que el alumno tenga un conocimiento previo de CRM y Servicio al Cliente.

Objetivos del programa

Objetivo general

Se aprenderá a gestionar y manejar las redes sociales como una herramienta de la mercadotecnia, así como saber la importancia y el papel que desempeña un gestor de redes sociales.

Los conocimientos, aptitudes, actitudes, valores, capacidades y habilidades que el alumno deberá adquirir con base al desarrollo de la unidad

El/la estudiante comprenderá los modelos de negocios digitales globales y el marketing transcultural, diseñando e implementando estrategias de expansión internacional en redes sociales con pertinencia local. Demostrará visión global, sensibilidad intercultural y adaptabilidad estratégica, desempeñándose con profundo respeto a la diversidad, ética corporativa y estricto apego a las normativas internacionales de privacidad.

Contenido

Contenido temático

- UNIDAD 1. El Community Manager y planeación estratégica de las redes sociales.
- UNIDAD 2. Descripción de las principales plataformas de red social.
- UNIDAD 3. Publicidad en redes sociales.
- UNIDAD 4. Posicionamiento en redes sociales.
- UNIDAD 5. Analítica de redes sociales.
- UNIDAD 6. Seguridad en redes sociales

Contenido temático

- UNIDAD 1. El Community Manager y planeación estratégica de las redes sociales.
 - 1.1. Descripción y Rol del community manager
 - 1.2. Los públicos de las redes sociales.
 - 1.3. La mercadotecnia de contenido.
 - 1.4. Gestionar una comunidad online
 - 1.5. El plan del community manager
 - 1.6. La importancia del networking y La reputación en línea

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/guadalajarasp/reader.action?docID=5809666&ppg=1>

UNIDAD 2. Descripción de las principales plataformas de red social.

- 2.1. Facebook
- 2.2. Twitter
- 2.3. Instagram
- 2.4. YouTube
- 2.5. Redes sociales de nicho
- 2.5.1. Redes sociales emergentes

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/guadalajarasp/reader.action?docID=5756884&ppg=1>

UNIDAD 3. Publicidad en redes sociales.

- 3.1. Publicidad 2.0. Los anuncios en las redes sociales
- 3.2. La publicidad en Facebook e Instagram (Facebook Ads)
- 3.3. La publicidad en Video (YouTube)
- 3.4. La publicidad en Twitter (Twitter Ads)
- 3.5. La publicidad en otras redes sociales (Tinder, LinkedIn, Waze, Whatsapp, etc.)

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/guadalajarasp/reader.action?docID=5756884&ppg=1>

UNIDAD 4. Posicionamiento en redes sociales

- 4.1. Social Media Optimization (SMO)
- 4.2. Manejando en tráfico al sitio web.
- 4.3. El engagement y awareness de los usuarios.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/guadalajarasp/reader.action?docID=5759055&ppg=3>

UNIDAD 5. Analítica de redes sociales.

- 5.1. Principales mediciones de las redes sociales (KPI y ROI)
- 5.2. Principales herramientas y softwares para la administración y analítica de redes sociales. (Hootsuite, Sprout Social, Loomly, Tweetdesk, etc)
- 5.3. Introducción a Google Analytics
- 5.4. Analítica por cada red social (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube)

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/guadalajarasp/reader.action?docID=5759055&ppg=3>

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/guadalajarasp/reader.action?docID=4184211&ppg=1>

UNIDAD 6. Seguridad en redes sociales

6.1.Principales estrategias de seguridad en redes sociales.

https://www.welivesecurity.com/wp-content/uploads/2014/01/documento_redes_sociales_baja.pdf

<https://blog.hootsuite.com/social-media-security-for-business/>

Actividades prácticas

El alumno realizará dentro de un caso en una Pyme real las siguientes actividades: 1. Detección de sus necesidades dentro de un ambiente de redes sociales. 2. Realizar la propuesta del plan de redes sociales y describir las plataformas que integrará en el mismo. 3. Proponer alternativas en las cuales publicitarse a través de las redes sociales 4. Determinará el posicionamiento y su medición de desempeño de la red social.

Metodología

El desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje, se sustenta en:

-Tiempos por sesión: 50% teoría sustentada por el profesor y 50% práctica prácticas como: discusión en panel por equipos, debates, juegos de roles, simulación, discusión What If y análisis de casos. -Recursos Didácticos basados en la plataforma Moodle con bibliografía base y de consulta, así como exposición de videos, acceso a bases de datos y portales web.

Evaluación

Criterios de evaluación:

*

FECHAS IMPORTANTES:

Inicio de clases: Lunes 17 de agosto de 2026.

Actividades extracurriculares: Semana de Mercadotecnia y Negocios Internacionales (NEGOMARKET) que se llevará a cabo del 09 al 13 de noviembre de 2026.

Asistencia al 80% de las clases para el periodo ordinario, fecha límite de captura de calificaciones: Viernes 11 de diciembre de 2026.

Asistencia al 60% de las clases para el periodo extraordinario, fecha límite de captura de calificaciones: Miércoles 16 de diciembre de 2026.

Vacaciones de invierno: del sábado 19 de diciembre de 2026 al miércoles 06 de enero de 2027.

Bibliografías

Bibliografía

Libro

The New Rules of Marketing & PR: How to Use Content Marketing, AI, Social Media, Podcasting, Video, and Newsjacking to Reach Buyers Directly, 9th Edition

David Meerman Scott (2024) Wiley No. Ed 9a

ISBN: 978-1-394-28216-6

Libro

El fin del marketing: cómo humanizar tu marca en la era de los medios sociales

Carlos Gil (2023) Trillas No. Ed 2023

ISBN: 978-607-17-4487-6

Libro

Social media marketing en comercio

López Benítez, Yolanda (2022) EDICIONES DE LA U No. Ed 2022

ISBN: 9789587923902

Libro

ChatGPT para redes sociales : Optimiza tus redes de forma rápida, sencilla y eficiente

Cómez, Chema (2024) Alfaomega – RAMA No. Ed 2024

ISBN: 9786075763125

Otros materiales

Revista: The Next Social Wave: The Top 6 Predictions That Will Shape Social Media Strategies In 2026

Descripción: <https://www.forbes.com/councils/forbescommunicationscouncil/2026/01/02/the-next-social-wave-the-top-6-predictions-that-will-shape-social-media-strategies-in-2026/?referrer=grok.com>

Revista: What Marketers Should Expect From AI This Year: From Teams To Tools To How Work Will Get Done

Descripción: <https://www.forbes.com/councils/forbescommunicationscouncil/2026/01/13/what-marketers-should-expect-from-ai-this-year-from-teams-to-tools-to-how-work-will-get-done/>

Revista: How Generative AI Video Could Disrupt Social Media Companies

Descripción: <https://deloitte.wsj.com/cfo/how-generative-ai-video-could-disrupt-social-media-companies-45ec1c02?referrer=grok.com>

Perfil del profesor

Docente con grado mínimo de Maestría en Mercadotecnia, Negocios Internacionales o Administración, que tenga entre sus antecedentes haber laborado en el ambiente correspondiente y con habilidades pedagógicas, que contribuyan a la adquisición de conocimientos en el alumno y descubran en él sus capacidades y habilidades en torno al ámbito del community manager.

Lugar y fecha de su aprobación

Zapopan, Jalisco, a 07 de agosto de 2026.

Instancias que aprobaron el programa

El programa fue revisado y evaluado por los profesores que integran el Colegio Departamental adscrito al Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales del CUCEA de la Universidad de Guadalajara el día 07 de agosto de 2026.



Dr. Carlos Estrada Zamora
Presidente de la Academia



Centro Universitario de
Ciencias Económicas Administrativas
Departamento de Mercadotecnia
y Negocios Internacionales



Dr. José Sánchez Gutiérrez
Jefe del Departamento