

# Programa. Estrategia, planificación y presupuestación

## Módulo 1. Estrategia

### Unidad 1.1 Conceptos básicos y formulación estratégica

- 1.1.1 Estrategia según Michael Porter
- 1.1.2 Atributos de una correcta formulación estratégica
- 1.1.3 Posicionamiento y enfoque
- 1.1.4 Lecciones de la estrategia de guerra aplicadas a los negocios

### Unidad 1.2 Estrategia en tiempos de *social media*

- 1.2.1 Táctica versus estrategia en *social media*
- 1.2.2 Cómo definir el objetivo estratégico
- 1.2.3 Modelo de madurez de comunidades
- 1.2.4 Cocreación de valor. Nuevo paradigma

## Módulo 2. El plan de *social media*

### Unidad 2.1 Etapas de la formulación de un plan

- 2.1.1 Diagnóstico y objetivos
- 2.1.2 Plan de acción e implementación
- 2.1.3 Creatividad y búsquedas *out of the box*

2.1.4 Evaluación y análisis

## **Unidad 2.2 *Business model canvas***

2.2.1 Conceptos generales

2.2.2 Propuesta de valor y segmentos de clientes

2.2.3 Canales, relaciones con los clientes e ingresos

2.2.4 Recursos y actividades clave. Aliados. Estructura de costos

# **Módulo 3. Presupuestos**

## **Unidad 3.1 Conceptos fundamentales y marco de referencia para el diseño de un proyecto en *social media***

3.1.1 Objetivos y presupuestos

3.1.2 Objetivos cuantitativos y cualitativos

3.1.3 La medición y la variable temporal

3.1.4. Formas de cotización, contratación y proyección de costos

## **Unidad 3.2 Técnicas de definición de presupuestos**

3.2.1 Método de cálculo de presupuesto: técnica de objetivos y actividades

3.2.2 Método de los tercios

3.2.3 Formato de presentación de presupuestos

3.2.4. Presupuesto y retorno de inversión

# Módulo 4. Generando el plan completo

## Unidad 4.1 El plan de *social media* en su aplicación

- 4.1.1 El fluir de un plan
- 4.1.2 El diagnóstico como base del plan
- 4.1.3 La planificación propiamente dicha
- 4.1.4 Los recursos y nuestro plan

## Unidad 4.2 El plan de *social media* en la gestión

- 4.2.1 La ejecución del plan para lograr resultados
- 4.2.2 La medición y los controles de desvíos
- 4.2.3 Verificando nuestro plan
- 4.2.4 El riesgo de la falacia del costo hundido

# Bibliografía

**Porter, M.** (1998). *On competition*. Cambridge, Inglaterra: The Harvard Business Review Book.

**Ries, A.** (1996). *Enfoque*. Madrid, España: McGraw-Hill Interamericana.

**Osterwalder, A.; Pigneur, Y.** (2009). *Business Model Generation*. San Francisco, Estados Unidos: Strategyzer.

# Objetivos

El planteo de objetivos permite que tenga una idea acabada de lo que se pretende que alcance al finalizar el proceso de enseñanza y aprendizaje de este curso. Pero el propósito es más fuerte aún: indicamos lo que debe lograr para que estos conocimientos aporten a los objetivos de su formación.

Para alcanzar estos objetivos, debe completar el proceso propuesto en el recorrido de las diferentes etapas del curso que se le presenta.

Entonces, si trabaja de la manera indicada, estará en condiciones de alcanzar los siguientes objetivos.

## Objetivo general

- Desarrollar planes de *social media* para aplicar en marcas, empresas e instituciones.

## Objetivos específicos

- Diseñar estrategias de *social media*.
- Generar proyectos utilizando *business model Canvas*.
- Preparar y presentar presupuestos para proyectos de *social media*.

# Competencias

Las competencias que esperamos que usted desarrolle con el recorrido de este curso son las siguientes:

## Competencias genéricas

- **Trabajo en equipo y colaborativo:** se trata de la capacidad de integrarse con sus compañeros para lograr los objetivos compartidos y la sinergia de un grupo de alta *performance*.
- **Capacidad de análisis y reflexión:** es la capacidad de examinar metódicamente los distintos aspectos de una realidad o situación y asumir una valoración frente a ellos.
- **Creatividad y soluciones innovadoras basadas en el conocimiento:** se buscará incorporar la capacidad para dar nuevas alternativas de solución a problemas existentes basadas en el conocimiento formal.

## Competencia específica

- Capacidad de generar planes de *social media*, proyectarlos y presupuestarlos.