
Influencer Marketing University

IM Analyst

Plan de Estudios

IMU, 2024

Introducción

El curso Influencer Marketing Analyst constituye el primer trayecto formativo de una carrera en este campo, diseñado para proporcionarte habilidades clave en la búsqueda, selección y análisis de perfiles para campañas con influencers. Aborda contenido específico y relevante en un sector en constante evolución.

Estructurado en tres tracks, este programa exhaustivo te permitirá adentrarte en la industria del Influencer Marketing. A lo largo de la formación, se planteará la historia del Influencer Marketing y la visión de la IMU, además de enseñarte a identificar y analizar a los influencers más adecuados para tu marca. Aprenderás a establecer una comunicación efectiva con ellos, integrando nociones básicas de negociación.

Esta certificación de la IMU es tu puerta de entrada hacia una carrera exitosa en el marketing de influencers, preparándote para desempeñarte como analista y contribuir de manera significativa al éxito de las campañas en las que participes.

Objetivos generales

- **Proporcionar a los participantes una comprensión profunda del Influencer Marketing** y su evolución dentro del panorama del marketing digital.
- **Equipar a los estudiantes con las habilidades necesarias** para identificar, seleccionar y analizar influencers, optimizando así su impacto en las campañas de marketing.
- **Facilitar la adquisición de competencias en la comunicación y negociación** con influencers, asegurando una colaboración efectiva y exitosa.

Objetivos específicos

- **Analizar la historia y las tendencias actuales del Influencer Marketing**, comprendiendo su relevancia en la estrategia de marcas contemporáneas.
- **Desarrollar criterios de selección** para evaluar la idoneidad de los influencers en función de los objetivos de la marca y su audiencia.
- **Aplicar herramientas y técnicas** para llevar a cabo un análisis exhaustivo de los perfiles de influencers, incluyendo métricas de engagement y alcance.
- **Diseñar estrategias efectivas de comunicación y negociación** que faciliten la colaboración con influencers, adaptándose a diferentes contextos y formatos.
- **Fomentar una mentalidad creativa en el análisis de campañas**, permitiendo a los participantes integrar enfoques innovadores en sus estrategias de marketing.

Destinatarios

El curso Influencer Marketing Analyst está dirigido a un amplio espectro de profesionales con un interés específico en el marketing digital. Este programa es ideal tanto para principiantes en la industria que desean establecer una base sólida en Influencer Marketing, como para profesionales de medios tradicionales que buscan transitar hacia el entorno digital. También es adecuado para community managers que desean ampliar su enfoque hacia estrategias más integrales y para expertos en marketing de performance que buscan

incorporar un enfoque creativo a sus habilidades analíticas. La diversidad de perfiles garantiza un ambiente de aprendizaje enriquecedor, donde cada participante podrá aportar su experiencia y enriquecer la discusión.

Recursos de aprendizaje y comunicación

La comunicación con #TutoresIMU se realizará a través de nuestra plataforma y por medio del correo electrónico tutores@influencermarketing.university. En el aula virtual, podrás acceder a:

- +7 horas de clases asincrónicas
- Material de lectura obligatoria
- Actividades y trabajos integradores
- Plantillas descargables
- Consultas a #TutoresIMU a través de correos electrónicos y comentarios en el aula
- Autotests
- Encuestas de satisfacción
- Contenidos complementarios

Requisitos

Este curso no requiere conocimientos previos específicos. Sin embargo, contar con nociones generales de marketing y comunicación puede resultar beneficioso para una mejor comprensión de los contenidos.

Certificación

Certificación como Influencer Marketing Specialist.

Certificación digital privada emitida por la Influencer Marketing University y avalada por sus partners y cuerpo docente.

Evaluación y acreditación del curso

La evaluación del curso se basará en el compromiso y la participación activa de los estudiantes en todas las actividades propuestas. Para obtener la acreditación, los participantes deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- Lectura y visualización de todos los contenidos del curso.
- Entrega y aprobación de las actividades propuestas a lo largo de la formación.
- Realización de autotests para medir la comprensión de los temas abordados.
- Aprobación de la actividad integradora final, que integrará los conocimientos adquiridos durante el curso.

Al completar satisfactoriamente estos requisitos, se otorgará un Certificado de Aprobación Virtual que valida la formación en Influencer Marketing Analyst, reconociendo así el esfuerzo y la dedicación de los participantes.

Temario

Track #1 | Introducción al Influencer Marketing: Conceptos Clave

- Sobre la Influencer Marketing University (IMU)
- ¿Qué es el Influencer Marketing?
- La Historia del Influencer Marketing
- Nuestra visión sobre el Influencer Marketing
- El Influencer Marketing en el mix de marketing
- Tipos de Influencer y formatos
- Repaso del Track #1

Track #2 | Influencer Research

- Fundamentos del Influencer Research
- Búsqueda avanzada en Instagram
- Búsqueda avanzada en YouTube
- Búsqueda avanzada en TikTok
- El mito del Engagement Rate
- Excel para Influencer Search
- Herramientas de Búsqueda
- IA Aplicada al Influencer Research
- Repaso del Track #2

Track #3 | Influencer Outreach e Introducción a la Negociación

- Introducción al contacto con Influencers
- Conceptos básicos contacto con Influencers
- Diferentes canales de contacto
- Tácticas avanzadas de contacto
- Herramientas avanzadas de contacto
- IA aplicada al Influencer Outreach
- Introducción al arte de la negociación con Influencers
- Repaso del Track #3

CV resumido de docente

Federico Llano

Director Académico de la Influencer Marketing University y Co-Fundador de TATAM.digital, así como de las agencias Peixe Boi y Caucil. Es docente, speaker y consultor en marketing digital, y cuenta con experiencia en roles en Electronic Arts, Disney y ESPN. Ha cursado Administración de Empresas en Section4, Gestión de Proyectos en ITBA y una licenciatura en Marketing en la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES). Sus certificaciones incluyen Resolución de Problemas Complejos por la Universidad Internacional de La Rioja, Psicología del Engagement de Producto y Certified Product Strategist, entre otras. [Ver más](#)