

Resumen

En la actualidad, la disponibilidad inmediata de información digital beneficia a los usuarios al generar interés y promover una comunicación bidireccional. La modernización de la información a través del marketing digital y sus herramientas permite que los usuarios obtengan fácilmente lo que necesitan. Como parte de ello, se ha percibido que un elemento esencial es el uso de las redes sociales, dado que este se ha llegado a convertir en más que una herramienta digital, sino es un medio de comunicación. Por lo cual, es esencial que la entidad universitaria cuente con un profesional que se encargue del manejo de ellas a mediante las campañas digitales. Esta importancia contribuye para el posicionamiento de la Carrera de Pedagogía de los Idiomas Nacionales y Extranjeros de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE en el ámbito digital. Considerando que al día de hoy las redes sociales han tomado un protagonismo muy grande en la difusión de información y conectividad con todo el mundo, es necesario considerar que estas ya no son tanto un medio de entretenimiento si no una herramienta para alcanzar potenciales clientes. Por lo tanto, se llevó a cabo una investigación de mercado con el fin de identificar una propuesta para actualizar e implementar las redes sociales como Facebook, Instagram y la página web principal de la carrera. El objetivo es mejorar la interacción digital al ofrecer contenido valioso y relevante para los usuarios de la Carrera Pedagogía de los Idiomas Nacionales y Extranjeros de la Universidad de las Fuerzas Armadas "ESPE". Esta propuesta incluye la programación de publicaciones mediante un cronograma editable en Adobe Illustrator.

Palabras clave: información digital, redes sociales, marketing digital, interacción digital, engagement.

Abstract

Today, the immediate availability of digital information benefits users by generating interest and promoting two-way communication. The modernization of information through digital marketing and its tools allows users to easily obtain what they need. As part of this, it has been perceived that an essential element is the use of social networks, since this has become more than a digital tool, but a means of communication. Therefore, it is essential that the university entity has a professional who is responsible for managing them through digital campaigns. This importance contributes to the positioning of the Pedagogy of National and Foreign Languages Career of the University of the Armed Forces ESPE in the digital environment. Considering that today social networks have taken a very large role in the dissemination of information and connectivity with the world, it is necessary to consider that these are no longer so much a means of entertainment but a tool to reach potential customers. Therefore, market research was conducted in order to identify a proposal to update and implement social networks such as Facebook, Instagram and the main website of the race. The objective is to improve digital interaction by offering valuable and relevant content to the users of the National Language Pedagogy Career.

Keywords: digital information, social media, marketing digital, digital interaction, engagement.