



GLOSARIO DE TÉRMINOS

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: Dinamización de redes sociales y estrategia de contenidos digitales

Código: COM707_3

NIVEL: 3



Acciones comerciales: estudios completos que comprenden la realización de un amplio diagnóstico sobre la situación de la actividad comercial y así, obtener oportunidades comerciales.

Acciones de contingencia: acciones a realizar, recursos a utilizar y personal a emplear en caso de producirse un acontecimiento intencionado o accidental que inutilice o degrade los recursos informáticos o de transmisión de datos de una organización.

Análisis DAFO: herramienta de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en un gráfico o una matriz cuadrada.

Análisis de rendimiento: es la investigación del comportamiento de un programa de ordenador usando información reunida desde el análisis dinámico del mismo.

Analítica web (o de medición): procedimiento mediante el cual se recaba información relacionada con los usuarios que visitan una página web para realizar un análisis estratégico y optimizar su estadía en el sitio, para lo cual existen varios tipos de herramientas de analítica web.

Área de negocio: segmentos identificables y distintivos del entorno con el que una empresa hace (áreas actuales) o puede hacer negocio (áreas potenciales), o sea, responder con su oferta a unas demandas de producto.

Asertivo: que indica o expresa afirmación o sirve para afirmar.

Blog: es un sitio web con formato de bitácora o diario personal.

Bloggng: es una herramienta que sirve para difundir información de interés.

Branding: proceso de construcción de una marca.

Buyer persona: es una representación semi-ficticia de un consumidor final (o potencial) construida a partir su información demográfica, comportamiento, necesidades y motivaciones.

Calendario editorial: recurso que permite organizar todos los aspectos relacionados con las publicaciones de un blog para organizar trabajo y alcanzar los objetivos de marketing y comunicación.

Canal de distribución: vías utilizadas por los diferentes mensajes estratégicos que se han enviado al cliente para dirigir y orientar su particular consumo.



Canal de tráfico: aquellas visitas que acceden a una página web.

Canal digital: sirve para dar servicio, comunicar o vender a través de un formato digital.

Ciclo de compra: proceso por el que pasa un consumidor potencial antes de tomar la decisión de efectuar una compra o conversión final. Este proceso se representa normalmente mediante un embudo o funnel.

Community Manager: profesional de marketing digital responsable de la gestión y desarrollo de la comunidad online de una marca o empresa en el mundo digital.

Comunicación digital: transmite la información por medio de símbolos que pueden ser escritos o lingüísticos.

Comunidad digital: agrupaciones de individuos con un mismo interés.

Contenido digital: son cualquier forma de datos o información en forma digital (archivos electrónicos), en oposición a la forma física.

Contenido patrocinado: es aquel contenido que ha sido pagado por una marca u empresa con la intención comercial de tratar un tema o producto.

Content mapping: o mapa de contenidos es una representación gráfica de los contenidos específicos que se deben crear para cada uno de los buyer personas (o targets) y para los diferentes estadios de su propio ciclo de compra.

Copy: conjunto de textos que componen una pieza creativa. Su objetivo es plasmar de manera clara, simple y directa el mensaje que una empresa quiere transmitirle a los usuarios.

Copywrite: Derecho exclusivo de un autor, editor o concesionario para explotar una obra literaria, científica o artística durante cierto tiempo.

Cuadro de mando: es una herramienta de gestión que facilita la toma de decisiones y que recoge un conjunto coherente de indicadores que proporcionan a la alta dirección y a las funciones responsables una visión comprensible del negocio o de su área de responsabilidad.

Curación de contenidos: consiste en seleccionar información relevante que ya está publicada en Internet, filtrarla, organizarla, añadir un valor adicional y difundirla a la comunidad.

Email marketing: (emailing o e-mailing) es una palabra en inglés que se utiliza para definir el envío masivo de correos electrónicos a un conjunto de contactos. El envío de



una campaña de email marketing es a la vez un acto de comunicación online y marketing directo.

Embudo de conversión: es un término de Marketing Online que trata de definir los distintos pasos que tiene que dar un usuario para cumplir un objetivo determinado dentro de la web, ya sea un registro, una compra o la generación de un lead.

Enlace externo: se refieren a los enlaces de una página web que se dirigen a un destino de enlace que está en otro sitio web.

Enlace interno: son hipervínculos que se dirigen a un dominio dentro del mismo sitio web.

Entorno de la red: es el contexto general en el que se encuadran una serie de computadoras conectadas en red.

Escucha activa: procedimiento que nos permite hacer el seguimiento de las conversaciones que están teniendo lugar en el entorno digital sobre nuestra empresa aplicando una metodología concreta.

Estrategia de comunicación: conjunto de decisiones y acciones programadas para comunicar de una manera efectiva, en base a unos intereses concretos.

Estrategia digital: se refiere a la definición y ejecución de planes de actuación a medio y largo plazo en los que se definen los canales, medios y oportunidades en el ámbito de la conectividad a Internet para lograr más ventas o más audiencia para una organización.

Estrategia en redes sociales: documento que recoge los objetivos, el análisis de la presencia en medios y redes sociales, así como la estrategia de social media y acciones que permitan mejorar la imagen y la reputación de una empresa en Internet.

Estrategias de contenido digital: la planificación, el desarrollo y la gestión de contenido informativo, escrito o en otros formatos.

Funnel: o embudo de conversión es un término de Marketing Online que trata de definir los distintos pasos que tiene que dar un usuario para cumplir un objetivo determinado dentro de la web, ya sea un registro, una compra o la generación de un lead.

Gestión de contenido: es un programa o aplicación web que permite la creación de una estructura de soporte para la creación, administración y publicación de contenido en una página web por parte de administradores, editores y otros usuarios.

Guía de estilo: conjunto de criterios preceptuados, por normas para el diseño y la redacción de documentos.



Hashtag: se refiere a la palabra o la serie de palabras o caracteres alfanuméricos precedidos por el símbolo de la almohadilla, también llamado numeral o gato (#), usado en determinadas plataformas web de internet. Es una palabra del inglés que podemos traducir como 'etiqueta'.

Header: es una palabra inglesa que suele traducirse como «cabecera» o «encabezado».

Hero: contenido que se caracterizan por ser muy largo y que ofrece información muy interesante. Son fundamentalmente artículos de blogs, que cuentan con una excelente documentación, estructura, originalidad y atractivo.

House cleaning: contenido de estructura básica y breve, con un enfoque didáctico y objetivos muy claros. Estos contenidos se centran en mostrar las ventajas y los beneficios de un producto o servicio de una empresa, con el objetivo principal de promocionarlo.

Hub: contenido que buscan cumplir una función enfocada a mostrar actividades en un blog, para informar sobre un tema concreto o simplemente entretener, con el fin de reforzar la imagen de marca.

Imagen corporativa: es la manera en la que una empresa firma, o un comercio se presenta a sí misma al público, tanto como a clientes o a inversores como a empleados.

Imagen de marca: es la percepción que tienen los consumidores de una empresa. La imagen mental que tienen creada de esa marca. Es un concepto que preocupa mucho a las empresas y que trabajan de manera asidua para mejorarla constantemente.

Inbound marketing: conjunto de técnicas de marketing no intrusivas que nos permiten conseguir captar clientes aportando valor, a través de la combinación de varias acciones de marketing digital como el SEO, el marketing de contenidos, la presencia en redes sociales, la generación de leads y la analítica web.

Indicadores clave (KPIs): es un acrónimo formado por las iniciales de los términos Key Performance Indicator. La traducción válida en castellano de este término es: indicador clave de desempeño o indicadores de gestión. Los KPIs son métricas que nos ayudan a identificar el rendimiento de una determinada acción o estrategia.

Infografía: técnica de obtención de imágenes por medio de procedimientos informáticos.

Interfaz: dispositivo capaz de transformar las señales generadas por un aparato en señales comprensibles por otro.

Lead: es un usuario que ha entregado sus datos a una empresa y que, como consecuencia, pasa a ser un registro de su base de datos con el que la organización puede interactuar. Para ello también es necesario que esta persona haya aceptado la política de privacidad de la compañía.



Madurez digital: estado final de la transformación digital al que aspiran llegar las empresas, en el que han adoptado con tal profundidad las tecnologías digitales que se encuentran a su disposición y han conseguido importantes mejoras, tanto en el funcionamiento de la empresa, como en la satisfacción del cliente, como en los resultados.

Mapa de contenido (content mapping): es una representación gráfica de los contenidos específicos que se deben crear para cada uno de tus buyer personas (o targets) y para los diferentes estadios de su propio ciclo de compra.

Mapear: es una técnica de programación para convertir datos entre el sistema de tipos utilizado en un lenguaje de programación orientado a objetos y la utilización de una base de datos relacional como motor de persistencia.

Marca: es una identificación comercial primordial y/o el conjunto de varios identificadores con los que se relaciona y ofrece un producto o servicio en el mercado.

Marca digital: es aquella que responde a las tendencias en comunicación que ha traído consigo la evolución de Internet como plataforma de creación de comunidades y fuente de información.

Marketing (mercadotecnia): conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.

Métrica: son aquellos datos expresados numéricamente que nos sirven para analizar el rendimiento de una determinada campaña de marketing online.

Modelo de negocio: representación abstracta de una organización, ya sea de manera textual o gráfica, de todos los conceptos relacionados, acuerdos financieros, y el portafolio central de productos o servicios que la organización ofrece y ofrecerá con base en las acciones necesarias para alcanzar las metas y objetivos estratégicos.

Monitorizar: controlar el desarrollo de una acción o suceso a través de uno o varios monitores.

Motor de búsqueda: es un sistema informático que busca archivos almacenados en servidores web gracias a su araña web. Un ejemplo son los buscadores de Internet, cuando se pide información sobre algún tema.

Netiqueta: comprende las normas de etiqueta en la red, lo que se debe hacer y lo que no en la comunicación en línea.

Newsletter: es una publicación digital, más bien informativa, que se distribuye a través del correo electrónico con cierta periodicidad (diaria, semanal, mensual, bimensual o trimestral).



Notificaciones push: son textos que se envían de forma directa a dispositivos móviles (Smartphones y/o tablets) con sistema operativo iOS, Android, Blackberry y/o Windows Phone.

Offline: es la condición opuesta de online, es decir no estar conectado/logueado, fuera de línea (en red), retirado (off) de la red.

Online: es una palabra inglesa que significa "en línea". El concepto se utiliza en el ámbito de la informática para nombrar a algo que está conectado o a alguien que está haciendo uso de una red (generalmente, Internet).

Ortotipografía: conjunto de normas para el uso correcto de la tipografía.

Palabra clave o keyword: término utilizado en el marketing digital para describir una palabra o grupo de palabras que un usuario de Internet utiliza para realizar una búsqueda en un buscador o barra de búsqueda.

Panel de audiencia: muestra de individuos sobre la cual se realizan encuestas y entrevistas para controlar y medir la audiencia.

Perfil corporativo: conjunto de características, valores y creencias con las que una organización se auto identifica y se auto diferencia de las otras organizaciones.

Pieza de contenido (marketing de contenidos): entender exactamente qué necesitan saber los usuarios para entregárselo de forma pertinente y convincente.

Plan de distribución de contenidos: ideación, planificación y gestión de las vías de distribución de un contenido para alcanzar el objetivo definido en su creación.

Planificación de estrategias: es un documento integrado en el plan de negocio que recoge la planificación a nivel económico-financiera, estratégica y organizativa con la que una empresa u organización cuenta para abordar sus objetivos y alcanzar su misión de futuro.

Posicionamiento digital: proceso por el que mediante técnicas y estrategias se sitúa una marca en el entorno de Internet.

Posicionamiento orgánico: también conocido como "posicionamiento orgánico" o "posicionamiento SEO" (acrónimo del inglés Search Engine Optimization, que puede traducirse por "optimización para motores de búsqueda"), es el conjunto de técnicas de no pago enfocadas al siguiente objetivo: conseguir que una página web esté lo más arriba posible en las páginas de resultados (SERP) de Google y otros buscadores.

Post: Texto escrito que se publica en Internet, en espacios como foros, blogs o redes sociales.



Preguntas frecuentes (Frequently Asked Questions, FAQs): es una lista de las preguntas más frecuentes con sus respectivas respuestas sobre un tema en particular.

Proxémica: disciplina que estudia la relación espacial entre personas como manifestación social y significativa.

Público objetivo: consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira a captar con un producto o un servicio.

Reputación cooperativa: es el conjunto de percepciones que tienen sobre la empresa los diversos grupos de interés – stakeholders –, tanto internos como externos. Es el resultado del comportamiento desarrollado por la empresa a lo largo del tiempo y describe su capacidad para distribuir valor a los mencionados grupos.

Sistema de archivos de red: sistema de archivos distribuido que permite a los usuarios acceder a los archivos y directorios ubicados en sistemas remotos y tratar dichos archivos y directorios como si fueran locales.

Startup: es una empresa de nueva creación que comercializa productos y/o servicios a través del uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC's), con un modelo de negocio escalable el cual le permite un crecimiento rápido y sostenido en el tiempo.

Storytelling: en marketing es una técnica que consiste en conectar a los usuarios con el mensaje que estás transmitiendo, ya sea a viva voz, por escrito, o a través de una historia con su personaje y su trama.

Target: público objetivo de las acciones que se realizan.

Tendencias de búsqueda: es una herramienta que muestra los términos de búsqueda más populares del pasado reciente.

Timeline: es una representación gráfica que muestra las distintas tareas a realizar a lo largo del tiempo.

Top mind: se refiere a la marca o producto que surge primero en la mente del consumidor al pensar en una industria en específico.

Tráfico web: es la cantidad de datos enviados y recibidos por los visitantes de un sitio web. El tráfico web es determinado por el número de visitantes y de páginas que visitan.

Transformación digital: es la integración de tecnología digital en todas las áreas de una empresa, cambiando fundamentalmente la forma en que opera y brinda valor a sus clientes.



URL (Uniform Resource Locator): que en español significa Localizador Uniforme de Recursos, se refiere a la dirección específica que se asigna a cada uno de los recursos disponibles en la red con la finalidad de que estos puedan ser localizados o identificados.

Usuario: individuo que utiliza o consume un determinado producto o servicio.

Vlog: blog que publica sus contenidos en formato vídeo.

Webinar: es un tipo de conferencia, taller o seminario que se transmite por Internet. La característica principal es la interactividad que se produce entre los participantes y el conferenciante.