

Community Manager



Presentación

El crecimiento actual del desarrollo las nuevas tecnologías, Internet y las redes sociales han cambiado la forma en que las empresas se relacionan con sus clientes. Se requiere expertos capacitados con una formación constante en las nuevas tecnologías de comunicación, que se implementan en forma acelerada tanto en el ámbito social como laboral.

El curso de Community Manager está pensado para aquellas personas que basado en la demanda de nuevos profesionales 2.0., quieran dar sus inicios la figura del Community Manager y deseen incluir nuevos conocimientos basados en los avances de las tecnologías de última generación en comunicación.

El curso de Community Manager es el primer modulo de la Diplomatura en Community Management y Marketing Digital

Requisitos previos

Conocimientos básicos en manejo de Comptadora.

Manejo a nivel usuario en redes sociales (Facebook, Instagram)

Manejo a nivel básico de Word y Excel.

Duración: 16 clases, 48 hs totales.

Modalidad: clases 100 % online en vivo de 3 hs. dos veces por semana

Objetivos

Objetivo general

Obtener las habilidades necesarias para desarrollar un plan de Social Media



Objetivos Específicos:

- Desarrollar marketing de contenidos en las principales redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter).
- Desarrollar estrategias de comunicación en las redes sociales
- Conocer las principales estrategias de móvil marketing en WhatsApp.
- Comprender el flujo de visitas en un sitio web.
- Utilizar y manejar distintos tipos de informes.



Dirigido a:

- Público en general que desea formarse en marketing y comunicación digital.
- Estudiantes o graduados de cursos y carreras relacionadas con el mundo digital
- Trabajadores del sector de empresas que se encarguen de contenido y publicidad digital.

Programa de contenidos



Módulo 1: Community Management



Unidad I: Clase 1. Rol del Community Manager

Presentación (docentes, alumnos, modalidad de cursada y evaluación).

Paradigma Web, usuario digital.

Community manager, content manager, social media manager.

La figura del community manager.



Clase 2. Herramientas del Community Manager

Business suite.

Generación de contenido visual y audiovisual con Canva.

Content curator, marketing de contenidos.



Clase 3. Plan de Social Media Marketing + Grillas

Elaboración de un FODA Digital.

Beneficios de contar con un Plan de Social Media.

Elaboración de un Plan de Social Media Marketing.

Armado de grillas de contenidos, calendario editorial.



Clase 4. Redacción digital & técnicas de Copywriting

Redacción digital.

Editor de Entradas y de Páginas.

Integración con redes sociales.

Creación, configuración y diseño de blogs.

Características del lenguaje digital.

Comportamiento de los usuarios en la Web.

Pirámide invertida horizontal.

Sintaxis de la escritura en Internet.

Estratificación de la información en la Web.



Unidad II: Clase 5. SEO Herramientas

Google Mi Negocio (My Business).
Google Search Console.
Google Trends.



Clase 6. Primeros pasos en Facebook

Diferencias entre Biografías, Grupos y Páginas.
Tipos de fan page.
Creación y optimización de página de empresa.
Algoritmo (EdgeRank) y feed de noticias.
Verificaciones oficiales.
Buenas prácticas en Facebook.



Clase 7: Generación de contenidos orgánicos

Herramientas de publicación.
Transmisiones en vivo.
Experiencia instantánea.
Construcción de tiendas.
Tipos de publicaciones orgánicas.



Clase 8: Medición en Facebook

Page Insights.
Métricas de la Página, publicaciones e historias.
Estadísticas locales.
Facebook Marketplace.
Social Plugins.



Unidad III: Clase 9. Instagram

Perfil de empresa.
Generación de contenidos.
Instagram para tu negocio.
Herramientas para Instagram.
Reels.



Clase 10. Instagram

Canva.
Creator studio.
Sorteos/concursos.
Marketing de influencers.



Clase 11. Redes sociales audiovisuales

Contenido en Tik-Tok
Herramientas en Pinterest
Generación de contenidos audiovisuales.
Estrategias de comunicación en redes audiovisuales.



Clase 12. Twitter para empresas

Uso corporativo de Twitter.
Generación de contenidos.
Analytics de Twitter.
Administración de TweetDeck.
Social Plugins.



Unidad IV: Clase 13. Personal branding en LinkedIn

Buenas prácticas en LinkedIn.
Personalización y optimización de perfiles.
Red de contactos en LinkedIn.
Uso profesional de los grupos en LinkedIn.



Clase 14. YouTube

Buenas prácticas en YouTube.
Optimización del canal.
Storytelling.
Inserción y optimización de videos.



Clase 15. Reporting Social Media

Metricool.
Realización de reportes para redes sociales.
Reconocimiento y análisis de indicadores clave de rendimiento.



Clase 16. Cierre + Budgeting

Presentación y exposición de proyectos.
Charla y debate sobre los proyectos e intercambio de ideas.
Cierre de actividad y devolución de observaciones sobre los proyectos.