



UTN.BA

UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

COMMUNITY MANAGER – KIT DE HERRAMIENTAS 2.0

Temario

Temario

Módulo I: Community Management

Clase 1: Introducción a la web 2.0

- Web 2.0 y Social Media.
- Empresa 2.0: características y ventajas.
- Introducción a redes de integración de contenido: Facebook.

Clase 2: Redes Sociales de Integración de Contenidos

- Facebook desarrollo práctico.
- Herramientas de publicación.
- Facebook Insights.
- Social Plugins.

Clase 3: Perfil del CM

- Gestión del trabajo en redes sociales.
- Herramientas del CM
- Google “Mi Negocio” – perfil de empresa
- Google Trend

Clase 4: WhatsApp Comercial

- WhatsApp for business
- Estrategias de Mobile Marketing
- Casos de éxito

Clase 5: Identidad Digital

- Identidad on line.
- Reputación digital.
- Introducción a redes sociales de imagen: Instagram.

Clase 6: Redes Sociales de Imagen

- Instagram.
- Perfil de empresa en Instagram.
- Herramientas para Instagram.
- Instagram para el negocio.

Clase 7: Contenidos Digitales

- Tipos de contenidos y formatos.
- Aplicación y uso.
- Introducción a redes sociales de imagen: Pinterest.

Clase 8: Redes Sociales de Imagen - Marketing de influencers

- Pinterest uso de vidriera virtual.
- Perfil de empresa en Pinterest.
- Tipos de influencer: el micro influencer.
- Acciones de marketing con influencers

Clase 9: Proyecto de dinamización

- Ecosistema.
- Foda Digital.
- Introducción a redes sociales de microblogging.

Clase 10: Redes Sociales de Microblogging

- Twitter.
- TweetDeck.
- .Analytics de Twitter.
- Social Plugins.

Clase 11: Plan de Social Media

- Objetivos generales del PSM.
- Armado de grillas de planificación.
- Introducción a redes sociales de video.

Clase 12: Redes Sociales de Video

- Youtube.
- Snapchat.
- Estrategia y producción de contenidos.

Clase 13: Plan de Social Media

- Objetivos específicos del PSM.
- Armado de grillas de planificación.

Clase 14: Personal branding

- Buenas prácticas en LinkedIn.
- Personalización y optimización de perfiles.
- Red de contactos en LinkedIn.
- Estrategias corporativas en LinkedIn.

Clase 15: Proyectos

- Análisis de resultado de tendencias.
- Pre- corrección del proyecto de integración de contenidos final.

Clase 16: Proyectos

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

Cronograma

Módulo Community Management:

- Clase 1 – Introducción a la web 2.0.
- Clase 2 – Redes Sociales de Integración de Contenidos.
- Clase 3 – Perfil del CM.
- Clase 4 – Whatsapp comercial.
- Clase 5 – Identidad Digital.
- Clase 6 – Redes Sociales de Imagen.
- Clase 7 – Contenidos Digitales.
- Clase 8 – Redes Sociales de Imagen – Marketing de Influencers
- Clase 9 – Proyecto de dinamización.
- Clase 10 – Redes Sociales de Microblogging.
- Clase 11 – Plan de Social Media.
- Clase 12 – Redes Sociales de Video. Youtube - Snapchat
- Clase 13 – Plan de Social Media.
- Clase 14 – Personal branding.
- Clase 15 – Proyectos.
- Clase 16 – Proyectos.

Objetivos

- Desarrollar marketing de contenidos en las principales redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter).
- Conocer las principales estrategias de móvil marketing en SnapChat y WhatsApp.
- Elaborar un Plan de Social Media.
- Aprender a identificar las palabras clave para nuestro negocio mediante la técnica de keywords o search.

