

## FICHA DE PRESENTACIÓN DE ACTIVIDADES ACADÉMICAS

### 1. Nombre del curso:

Diplomatura en Community Management y Marketing Digital

### 2. Presentación:

La Diplomatura en Community Management y Marketing Digital es una capacitación integral basada en las nuevas profesiones que se han creado, gracias al avance de las nuevas tecnologías como ser el Community Manager, o bien el Social Media planner entre otros.

Los contenidos reunidos en esta capacitación acercan al profesional de marketing, y al público en general, a las herramientas necesarias para el óptimo desarrollo de campañas basadas en las redes sociales.

La Diplomatura esta compuesta por dos cursos que conforman su estructura:

El curso de **Communiity Manager** y el curso de **Marketing Digital**

El egresado podrá realizar campañas en las redes sociales, en redes de video, e-mail marketing, con pauta publicitaria y planificar la administración y las métricas de las mismas

## TEMARIO

### Módulo I : 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.

## **Módulo II: Marketing Digital**

---

### **Unidad I: Clase 17. Introducción al Marketing Digital**

- Omnicalidad y prosumidor.
- Estrategia de marketing, audiencias (customer persona, consumer journey).
- Inbound marketing.
- WorkFlow.
- Brief, landing page.
- Objetivos en cada fase del funnel.
- Branded Content.

### **Clase 18. META Ads Facebook**

- Elaboración de campañas desde la página de empresa.
- Configuración de la cuenta publicitaria.
- Métodos de facturación.
- Política de anuncios.



### **Clase 19. META Ads Facebook**

- Campañas en Facebook Ads.
- Conjunto de anuncios en Facebook Ads.
- Opciones avanzadas de la entrega.
- Elaboración de campañas de interacciones.

### **Clase 20. META Ads Facebook**

- Generación de clientes potenciales.
- Públicos similares.
- Elaboración de campañas de captación de leads.

### **Unidad II: Clase 21. META Ads Facebook**

- Facebook Business Manager.
- Informes Facebook Ads.

### **Clase 22. META Ads Instagram**

- Elaboración de campañas de Alcance.
- Elaboración de campañas de Reconocimiento de la marca.

### **Clase 23. META Ads Instagram**

- Elaboración de campañas de Tráfico web.
- Elaboración de campañas de Reproducción de video.
- Elaboración de campañas desde la app oficial de Instagram.
- Características y oportunidades de Instagram Ads.
- Perfil de empresa en Instagram Ads.
- Objetivos de campañas.
- Normas publicitarias.
- *Elaboración de campañas en Instagram Ads.*
- Anunciar en stories y feed móvil.
- Estrategias de segmentación en Instagram.
- App oficial.

### **Clase 24. Social Ads Twitter y LinkedIn**

- Elaboración de campañas en Twitter Ads.
- Tecnologías de segmentación de públicos.
- Objetivos publicitarios y anuncios en Twitter.
- Estrategias corporativas en LinkedIn.
- Creación de página de empresa.
- Generación de campañas publicitarias en LinkedIn.
- Funciones de usuario en LinkedIn.



### **Unidad III: Clase 25. Social Ads WhatsApp y Messenger**

- WhatsApp para tu negocio.
- Optimización del chat.
- Gestión de campañas de mensajería.

### **Clase 26. Google Search Ads (SEM)**

- Estructuración de campañas.
- Tipos de pujas.
- Extensiones de anuncios.
- Keyword planner.
- Optimización de campañas.

### **Clase 27. Google Display Ads**

- Características de las campañas en la red de display.
- Oferta Costo por cada Mil Impresiones Visibles (vCPM).
- Anunciantes de branding.
- Limitación de frecuencia.
- Tecnologías de segmentación por personas.
- Elaboración de campañas en la red de display.

### **Clase 28. Google Video Ads**

- Elaboración de campañas de video.
- Tipos de anuncios (in-stream, Bumpers, Outstream).
- Tecnologías de segmentación por contenidos.

### **Unidad IV: Clase 29. Email Marketing - Automatización**

- Gestión de listas de suscriptores.
- Creación de formularios de suscripción.
- Desarrollo de campañas (newsletter).
- Indicadores de rendimiento.
- Optimización y automatización de estrategias de mailing.

### **Clase 30. Métricas y reporting - Google Analytics**

- Introducción a la analítica digital.
- Estructura e interfaz de Google Analytics.
- Informes de Google Analytics.
- Creación de cuenta, propiedad y vista.
- Tipos de informes
- Armado de informe personalizado
- UTM.
- Google Tag Manager (GTM).

**Clase 31. Data Studio**

- Introducción a Data Studio
- Reporting
- Métricas
- Aplicación a campañas

**Clase 32. Budgeting**

- Armado de presupuesto.
- Evaluación final y cierre de cursada.