

COMMUNITY MANAGER

El Community Manager es un profesional de marketing digital responsable de la gestión y desarrollo de la comunidad online de una marca o empresa en el mundo digital. En estas funciones de gestión y desarrollo, debe aumentar la comunidad para detectar a los potenciales clientes y prescriptores.

REDES SOCIALES

MARKETING

CREANDO FUTURO JUNTOS



Los casi 20 años de experiencia en educación informática, se traducen en la calidad y el desarrollo constante de programas de estudio que responden a necesidades específicas del mercado laboral manteniéndonos a la vanguardia en la oferta de cursos y carreras profesionales.

11-6462-2877
IACQRA@GMAIL.COM

RIVADAVIA 262 QUILMES

CREANDO FUTURO JUNTOS



COMMUNITY MANAGER

INVERTÍ EN VOS

OBJETIVO

En este curso el alumno obtendrá las herramientas para aprovechar al máximo las ventajas de las redes sociales en la difusión de un producto o servicio. Estará capacitado para lograr altos niveles de contactos ya sea de forma paga o gratuita.

DIRIGIDO

Dirigido a microemprendedores, comerciantes y empresas que deseen difundir sus productos o servicios en internet y a alumnos en general que deseen desempeñarse como Community Manager para terceros.

REQUISITOS

Conocimientos básico Sistema Operativo Windows. Uso de internet.

DURACIÓN

36 horas en 18 clases de 2 horas.

RESUMEN DE TEMAS

Marketing Digital, como lo aplicar a la creación de las campañas publicitarias.

Planeación de estrategias: trazar objetivos, trabajar sobre audiencia, producto, cliente.

Análisis de plataforma y cuales sirven para tu marca

Segmentación de audiencias.

Campañas para Facebook e Instagram (Facebook ads) y Campañas para Google (Google ads)

Reputación online y generación de tráfico.

Herramientas de creación gráfica (Canvas)

Creación de un Brief de Marketing

COMMUNITY MANAGER

¿Qué es un Community Manager?

¿Cuáles son sus funciones y características?

La búsqueda de Insight.

Aptitudes necesarias del Community Manager

MARKETING

¿Qué es el marketing?

Publicidad Pre-redes sociales

Las 5 P del Marketing (Producto, plaza, precio promoción y publicidad)

Web y Marketing 2.0

Las 5 C del Marketing 2.0 (contenido, concepto creativo, comunicación, consumidores, contabilización)

Que es un plan de marketing

Inbound (embudo de ventas): Atraer, convencer, cerrar y fidelizar.

Análisis FODA

Definiendo el target ó Publico objetivo

PUBLICIDAD

Promoción Offline: Notificar que "estoy en internet"

Promoción Online / Herramientas principales

(google y facebook adwords)

Ventajas y desventajas de pautar en internet

Audiencias y Segmentación

Buyer Persona (qué es, para qué sirve, cómo encontrar personas interesadas y capaces de comprar tu producto)

¿Por qué nuestro Público debe ser Medible, Accesible, y sustancial? ¿Cómo elegirlo?

Ventajas de Identificar a nuestro Público

SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION

¿Qué son las redes sociales?

Principales redes sociales: Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Instagram, Tik Tok.

¿Cómo decidir en qué redes sociales debe estar mi marca de acuerdo a la estrategia de Marketing Online?

Presencia profesional en las redes sociales.

¿Qué es una acción viral? Ventajas e importancia Ejemplos de acciones virales.

Coherencia en la comunicación.

¿Cómo hacer el seguimiento de nuestra empresa en las redes sociales?

La importancia de la respuesta inmediata.

META - FACEBOOK

Concepto, inicio y presente.

EdgeRank ¿Cómo llegan mis publicaciones a mis amigos o fans?

La importancia de generar contenido interesante.

Generación de una pages de Facebook

Configuraciones Generales

Configuraciones de Mensajes.

Automatizaciones de Preguntas, Comentarios, mensajes de ausencia o espera.

Planificador de Contenido.

Facebook adwords: creación de anuncios, Segmentación y Públicos.



11 6462 2877

RIVADAVIA 262

QUILMES



COMMUNITY MANAGER

INVERTÍ EN VOS

META - INSTAGRAM

Concepto, inicio y presente.
Armado y Gestión de Perfil (optimización de perfil, criterios efectivos).
Orden del Feed.
Stories (interacción, iconos, subtítulos, destacar)
Storytelling
Canva Highlight
Encontrar tus Hashtag
Mensajes Automáticos. Guardado de Respuestas.
Engagement
Instagram Shopping

TWITTER

Concepto, inicio y presente.
¿Cómo funciona twitter?
Uso Comercial: comunicación Institucional, aquí y ahora (Evento o situación particular), vinculación post-venta.
Twitter Ads
Analíticas
Utilización de listas en Twitter
Tweetdeck

YOUTUBE

Usos Comerciales: venta de Producto, tutoriales/- contenido educativo, contenido patrocinado.
Ventajas del Video Marketing

MARKETING DE INFLUENCERS

¿Qué es la influencia?
Influencers vs Content Creators
¿Cómo encontrarlos?
Micros vs Macro Influencers
Estrategias con influencers y cómo medirlas.

GUÍA PARA DISEÑAR PARA REDES SOCIALES

Jerarquía Visual: Tamaño de los elementos, color rgb, colores primarios y secundarios, Psicología del color, Contraste, alineación de los elementos y regla de los tercios.
Tipografía: sin serif vs serif.
Recursos Gráficos.
Moodboard: carta de referencias para el proceso de diseño
Canva (elementos, subidos, texto, estilos)

EMAIL MARKETING

Qué es
Funciones
Que nos permite
Las 3 V: Visibilidad, valor, velocidad.
Objetivos: Ventas
Copy de Asuntos
Mailchimp.com

ESTRATEGIA PARA REDES SOCIALES

Pilares de contenido
Tipos de contenido.
Frecuencia de Publicación
Calendario
Gráficas y redacción
Estrategias de alcance y Promoción

COPYWRITING

Qué es
Tono de voz
Partes del Posteo
Partes de un Copy
Cómo Persuadir al usuario
Proceso de Escritura
Verbos de acción
CTA: Llamada a la acción

POSICIONAMIENTO Y GOOGLE ADS

Diferencia entre SEO – SEM
Cómo Google recoge nuestros datos
Publicidad no paga (SEO, popularidad, relevancia)
Google Trends
Publicidad Paga (SEM)
Diferenciar resultados de SEO y de SEM
Qué estrategia elegir: SEO o SEM
Pasos para Desarrollar Campañas
Planificador de palabras claves
Centro de anuncios de Google: creación de una campaña.

BRIEF DE MARKETING

Qué es el brief en marketing y para qué sirve?
¿Qué tipos de briefing marketing existen?
¿Puntos más importantes que debe tener todo brief de marketing?
¿Qué ventajas obtendrás al hacer briefing marketing?
Ejemplos

MARCA PERSONAL

Cómo valorar nuestro trabajo
Cómo crear una Marca Personal
Cómo vamos a vender nuestro servicio
Propuesta estratégica
Planes de Presupuesto
Opciones de Paquetes
Proceso de venta
Búsqueda de clientes
Presupuesto por Tipo de Cliente



11 6462 2877

RIVADAVIA 262

QUILMES