

# 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

INVERTÍ EN VOS



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.

CREANDO FUTURO JUNTOS

11-6462-2877  
IACQRA@GMAIL.COM

RIVADAVIA 262 QUILMES



# 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 microempreendedores, 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.

#### LA EMPRESA DIGITAL

Presentación del curso  
Identidad digital  
Reputación online  
¿Cómo se lleva a cabo la identidad digital?  
¿Cómo se miden?  
¿Cómo se controlan?

#### COMMUNITY MANAGER

¿Qué es un Community Manager?  
Planner vs Community Manager  
Community Manager & Social Media Manager  
¿Cuáles son sus funciones y características?  
La búsqueda de Insight.  
Actitudes y aptitudes del Community manager

#### MARKETING

¿Qué es el marketing?  
Las 5 P del Marketing (Producto, plaza, precio promoción y publicidad)  
Web 2.0  
Marketing 2.0  
Que es un plan de marketing  
Definiendo el target / Publico objetivo  
¿Por qué usar internet para promocionar mi empresa?  
Claves para convertir un visitante en cliente

#### PUBLICIDAD

Promoción Offline: Notificar que "estoy en internet"  
Promoción Online / Herramientas principales (google, adsense, adwords)  
Diferencia entre SEO – SEM – SMO  
Otras formas de publicidad online: Banners, text ads, pop ups  
Ventajas y desventajas de pautar en internet  
Visualización en diferentes sitios de cada una de

las herramientas de promoción vistas.

#### SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION

¿Qué son las redes sociales?  
Políticas de Contenido y Publicidad.  
Principales redes sociales: Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Pinterest, Instagram, blogger.  
¿Qué es una acción viral? Ventajas de la viralidad de las redes sociales.  
Lo importante de la viralidad, Ejemplos de acciones virales  
Coherencia en la comunicación.  
¿Cómo decidir en qué redes sociales debe estar mi marca?  
Elegir las redes sociales acordes a nuestra estrategia de Marketing Online.  
Presencia profesional en las redes sociales.  
¿Cómo hacer el seguimiento de nuestra empresa en las redes sociales?  
¿Cuánto vale un Fan de nuestra empresa?  
La importancia de la respuesta inmediata.  
¿Qué lenguaje se debe utilizar en las redes sociales?  
Selección de palabras clave para enlaces.  
¿Cómo conseguir Fans, Seguidores, Amigos y Contactos?  
Optimización de las redes sociales.  
Integración con acciones OnPage y Offline

#### FACEBOOK

¿Cómo funciona Facebook?  
Generación de un perfil de Facebook  
Muro, Perfil, Grupos  
Herramientas para generar contenidos.  
Formas de publicidad en Facebook  
Creación de una Fanpage  
¿Cómo conseguir amigos y fans en Facebook?



11 6462 2877

RIVADAVIA 262

QUILMES



# COMMUNITY MANAGER

## INVERTÍ EN VOS

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

La importancia de generar contenido interesante.

### TWITTER

¿Cómo funciona twitter?

Generación de un usuario de twitter

Conceptos: Timeline, Hashtag, "arrobar" Retweet

Claves para conseguir seguidores

Utilización de listas en twitter

### YOUTUBE

Como funciona YouTube

Creación de un canal de YouTube

¿Cómo posicionar mi marca en YouTube?

### INSTAGRAM / PINTEREST

¿Cómo funcionan?

¿Cómo conseguir seguidores?

### BLOGGER / LINKEDIN

¿Qué es un blog?

¿Cómo crear un blog?

La importancia del blog para generar contenido para otras redes

¿Cómo funciona LinkedIn?

### MARKETING DE INFLUENCIA

¿Qué es la influencia?

Influenciadores vs Referentes

¿Cómo encontrar influenciadores?

Lo que las empresas quieren decir vs. Lo que los consumidores quieren escuchar.

### HERRAMIENTAS DE TRABAJO

Integración de contenidos en diferentes redes sociales

Aplicaciones para trabajar en Social Media: Hootsuite, Aweber, Agorapulse, wisemetrics, Google (Drive, Calendar, Alert, etc.), Facebook insight, Facebook Ads, Social Bro (Twitter), Twitter Audit, Analytics Twitter, Iconosquare, Socialmention, Topsy, Twitter Search, Klout + Kred, Tagboard, Cool-tabs (page Performance) Boardreader, Fanganger

Herramientas online para generar contenidos:

Canva, Social Image Resizer Tool

Nombrar herramientas profesionales (Corel, Illustrator, Photoshop, etc)

### REPUTACIÓN ONLINE

Definición de reputación online

Monitorización de la reputación online: herramientas e informes

Cómo actuar ante comentarios negativos

Qué hacer tras una crisis de reputación online

Informes

¿Qué es un informe?

ROI – Impacto en la relación (IOR)

Herramientas que me ayudan en el informe

¿Cómo armar una propuesta de CM/SMM?

¿Qué se presenta en una propuesta de trabajo?

### PRÁCTICA

#### Fase 1:

Presentación de producto o marca (real o ficticio)

Definir estrategia online: seleccionar modo de difusión y redes sociales adecuadas según objetivo. (de acuerdo al tipo de producto, ej. En algunos casos se busca venta directa y en otros, posicionamiento de marca y tracción al punto de venta)

#### Fase 2:

Creación de perfiles en cada red social.

Desarrollo de imágenes adecuadas para cada caso (imágenes de perfil, encabezado, etc.)

Carga de datos en cada perfil con la información correspondiente

#### Fase 3:

Desarrollo de campaña online aplicando todos los conocimientos obtenidos anteriormente Medición y analítica de los resultados



11 6462 2877

RIVADAVIA 262

QUILMES