

**PCP**

*Professional  
Certificate Program*



# Marketing Digital: Content & Community Manager

Content Manager vs Community Manager

*Lección 1*

(CC BY - NC - ND 4.0)  
International



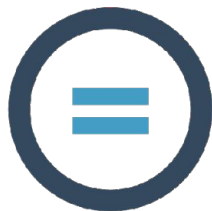
### Atribución

Usted debe reconocer el crédito de una obra de manera adecuada, proporcionar el enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace.



### No Comercial

Usted no puede hacer uso del material con fines comerciales



### Sin obra derivada

Si usted mezcla, transforma o crea un nuevo material a partir de esta obra, no puede distribuir el material modificado.

No hay restricciones adicionales - Usted no puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier uso permitido por la licencia.

# ¿Cuál es la diferencia entre un Content Manager y un Community Manager?

Content Manager	Community Manager
Generar la estrategia que se va a ejecutar relacionada al contenido, la cual siga los lineamientos de marcas de la empresa.	Crear y ejecutar el contenido generado en la estrategia de la empresa.
Conocer o estar familiarizado con el sector en el cual se encuentra inserta la empresa o negocio.	Crear y mantener actualizadas las páginas en diferentes medios sociales

Content Manager	Community Manager
Administrar el presupuesto mensual de la empresa para la distribución de contenido	En muchos casos generar interacción con los usuarios uno a uno.
Estrategia de brand de empresa en medios sociales, crear seguidores, definir audiencias a las cuales enfocarse	Monitorizar las tendencias en las redes sociales para mantener actualizadas las distintas plataformas, no sólo con el contenido ya creado o curado.

Content Manager	Community Manager
Trabajar en el desarrollo de alianzas estratégicas dentro del sector de social media para acciones futuras que puedan reforzar el crecimiento de las comunidades y de la marca.	Ser la voz de la comunidad y proveer a la empresa y SMM insights y oportunidades de mejoras obtenidas de las opiniones y conducta de la propia comunidad
Estudiar y analizar resultados de reportes provistos por el Community Manager para detectar tanto amenazas, oportunidades como también medir eficacia de las distintas acciones.	Recoger los resultados obtenidos de los diferentes reportes obtenidos de las herramientas de analítica y monitoreo y preparar informes para ser analizados por los distintos departamentos y en especial por el SMM.

### Descargo de responsabilidad

La información contenida en este descargable en formato pdf es un reflejo del material virtual presentado en la versión online del curso. Por lo tanto, su contenido, gráficos, links de consulta, acotaciones y comentarios son responsabilidad exclusiva de su(s) respectivo(s) autor(es) por lo que su contenido no compromete a edX ni a Universidad Galileo.

Edx y Universidad Galileo, no asumen ninguna responsabilidad por la actualidad, exactitud, obligaciones de derechos de autor, integridad o calidad de los contenidos proporcionados y se aclara que la utilización de este descargable se encuentra limitada de manera expresa por los propósitos educativos del curso.