

COMMUNITY MANAGEMENT

Información Básica

Community Management es el arte de crear, gestionar, modificar y dinamizar los diálogos y conversaciones que suceden alrededor de temáticas y/o marcas en busca de crear contextos de felicidad y confort para los usuarios.

El nuevo mundo digital impone la necesidad de contar con equipos de trabajos multidisciplinarios capaces de generar estrategias, contenidos y acciones específicas. Estos son algunos de los desafíos que las marcas deben resolver a la hora de insertarse y diferenciarse en un ambiente altamente competitivo.

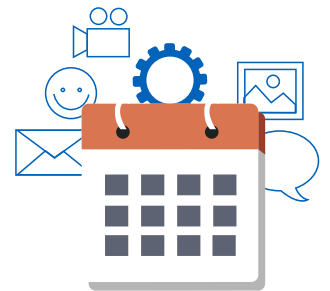
Acerca del curso

Duración total:

1 mes.

Modalidad:

Presencial

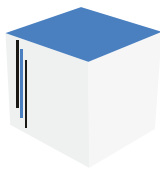


REQUISITOS:

Este curso no requiere de conocimientos previos.

Es responsabilidad y obligación del estudiante traer su propia computadora.





Temario de clases

COMMUNITY MANAGEMENT

1. Introducción.

Contexto de redes sociales en LATAM y ARG

El desafío de entender al usuario. ¿Quién es el usuario? ¿Qué busca?

Las redes como Customer Experience Manager.

Roles y funciones de un CM. Diferencia entre CM, SMM. Tareas y responsabilidades del Community Manager.

2. Estrategia.

Primeros pasos para llevar una marca hacia las redes. Research, Estrategia, Documentos y definiciones esenciales.

3. Contenidos | Gráfica.

Estrategia de contenidos. Estructura y producción de contenidos.

4. Customer services y conflictos.

Crisis, conflictos y customer service. Modelo de gestión de CS.

5. Herramientas.

Herramientas y recursos. Gestión, análisis y monitoreo de las Redes Sociales.

6. Métricas.

Métricas sociales. Desgloce conceptual de las principales métricas de Facebook, YouTube, Instagram, Twitter y LinkedIn.

7. Campañas.

Campaña publicitaria en Facebook. Características, armado y estructura de campaña, creación de ads desde el ad manager.

8. Presupuestación + Proyecto Final.

Simulación de presupuesto para la gestión completa de un proyecto en redes.

Proyecto Final + Pitch.