



Redes Sociales 01

Community Manager.

El community manager es el encargado de llevar una estrategia de mercadotecnia adecuada para dirigirla por medio de las redes sociales, mediante un objetivo; realizando medición de estadísticas, monitoreo de las mismas y manejando las crisis que se pudieran presentar al momento de hacer publicaciones.

Descripción del curso

Introducir al alumno al entendimiento de las diferentes áreas en las que se puede desenvolver en el área de community manager.

- Diseñador para redes sociales
- Analista
- Editor
- Relaciones Públicas
- e-commerce
- Social media manager

Esquema del programa

Durante el curso, se le darán las técnicas a seguir para elaborar un plan estratégico para redes sociales.

Se presentará como examen final un plan de marketing elaborado de igual manera que se presenta en la vida real a un cliente potencial.

Perfil del estudiante

Público en general con interés de aprender a manejar las redes sociales de una empresa y las técnicas de mercadotecnia que la respaldan.

Metodología de enseñanza

El método principal de enseñanza son asistencia presencial o virtual, donde se asigna el ejercicio y prácticas, las cuales serán supervisadas, revisadas y discutidas con el alumno utilizando recursos audiovisuales y prácticas continuas en las diferentes plataformas.

Objetivo

El alumno aprenderá a diseñar un plan estratégico de mercadotecnia con el que determinará un objetivo a lograr por parte de una empresa para presentarlo dentro de sus redes sociales y además elegirá sobre cuales plataformas se manejará dicha estrategia.

Expectativas

Los alumnos comenzarán a publicar en las redes que hayan elegido para su Proyecto utilizando las diferentes técnicas y estrategias aprendidas durante el curso asignando una fecha de lanzamiento de la campaña y elaborando la parrilla de contenidos.

Al finalizar el curso tienen que presentar su proyecto ante la clase y los alumnos deciden si compran su estrategia o si no, y recibe una retroalimentación de lo que hizo bien y lo que hizo mal.

Material de apoyo / recursos

- Diapositivas.
- Acceso a redes en uso para ver estadísticas.
- Plan de marketing ya elaborado como apoyo.

Software utilizado

Plataformas de redes sociales como:

Aplicaciones de Google, Medium, Facebook, Mailchimp. Qr-Generator, Bit.ly, Nibbler, Excel.

Temario del curso

1. Introducción

- 1.1. Qué es un community manager
- 1.2. Principales funciones del CM
- 1.3. Marketing tradicional VS Marketing Online
- 1.4. Conceptos de Marketing Web
- 1.5. ZMOT
- 1.6. Inbound Vs Outbound Marketing
- 1.7. Comunidades virtuales
- 1.8. Estrategias de Marketing
- 1.9. Redes Horizontales VS Verticales
- 1.10. Insights
- 1.11. Kpi's
- 1.12. Customer Journey
- 1.13. Funnel de Ventas o Embudo de la conversión
- 1.14. Pitch de Producto
- 1.15. Identidad para redes sociales
- 1.16. Palabras clave

2. Preliminares de proyecto

- 2.1. Uso y manejo de Google Trends
- 2.2. Landing page
- 2.3. Análisis de sitios web
- 2.4. Generador de códigos QR
- 2.5. Recortadores de URL
- 2.6. Uso y manejo de Google business
- 2.7. Uso y manejo de Google Ads (Campañas Intrigentes)
- 2.8. Elaboración de un Blog
- 2.9. Uso y manejo de Facebook (Centro de anuncios y audiencias)
- 2.10. Instagram
- 2.11. WhatsApp Business

3. Elaboración de proyecto

- 3.1. Realizar el Pitch del producto
- 3.2. Elaboración del perfil del Buyer ideal
- 3.3. Análisis FODA
- 3.4. Reputación Online
- 3.5. Resultados del análisis del sitio web
- 3.6. Misión, visión y valores
- 3.7. Objetivos de la campaña
- 3.8. Selección de redes a utilizar
- 3.9. Mockups de publicaciones
- 3.10. Herramientas para elaboración de contenidos
- 3.11. Parrilla de Contenidos
- 3.12. Diagrama de gantt

Duración

40 horas.

Requisitos de finalización

En orden de entregar un reconocimiento de haber concluido el curso, el alumno deberá cumplir con el 80% de sus asistencias y aprobar el examen final:

Entregar el proyecto final (examen)

Plan de marketing web en diapositivas realizadas en PowerPoint o keynote o similar, que incluya todos los puntos vistos en clase.