

CURSO

Community Management

Marketing y publicidad

PROGRAMA

Docente a cargo

- Verónica Rubio

Fecha de inicio y fin:

Desde el **22 de octubre** al **19 de noviembre**

Días y horarios de cursada:

martes de 16:30 a 18:30 h

En la Sede Comunal 6 (Av. Patricias Argentinas 277, CABA)

Destinatarios

Abierto a toda la comunidad

Modalidad

5 (cínco) encuentros **presenciales**

Certificación

Se otorga Certificado de Aprobación al finalizar la totalidad del curso.



Fundamentos

Este curso ofrece una introducción práctica y estratégica sobre el rol del Community Manager en el contexto de la gestión de marcas en redes sociales y la creación de campañas publicitarias digitales. A lo largo del programa, los participantes aprenderán cómo utilizar de manera efectiva las plataformas de redes sociales y herramientas publicitarias para aumentar la visibilidad de productos y servicios en diferentes sectores y emprendimientos.

Objetivos

- ▶ Explorar las tendencias actuales y futuras del marketing digital, enfocadas en redes sociales y publicidad pagada.
- ▶ Entender el rol y las responsabilidades clave del Community Manager en la gestión de comunidades online.
- ▶ Conocer el funcionamiento general de plataformas como META (Facebook, Instagram) y Tik-Tok para la creación de campañas publicitarias, y familiarizarse con sus principales configuraciones.
- ▶ Mejorar la eficiencia de los procesos de comunicación digital y fortalecer la competitividad del negocio (venta de productos o servicios) a través de estrategias de marketing online.
- ▶ Desarrollar habilidades para gestionar la reputación de una marca, interactuar con la audiencia y fomentar el engagement.
- ▶ Aplicar estos conocimientos en la creación de una estrategia digital para una tienda de comercio electrónico real, ya sea para la venta de productos o servicios, que incluye la gestión de redes sociales y el desarrollo de campañas publicitarias efectivas.

Contenidos

CLASE 1

Fundamentos del Marketing Digital y Rol del Community Manager. Conceptos desarrollados:

- Introducción al ecosistema digital.
- Diferencias entre estrategias orgánicas y pagadas.
- Evolución y tendencias del marketing en redes sociales.
- Armado del Perfil y el Feed de publicaciones. Historias, reels y anuncios.
- Funciones y responsabilidades del Community Manager.
- Gestión de comunidades. Creación y moderación de contenidos. Cómo generar contenido atractivo y viral.

Dinámica práctica: Se completará un Google Form para describir el emprendimiento o idea de negocio del asistente al curso. Se compartirá oralmente en clase.

CLASE 2

Publicidad Digital: Estrategia en Redes Sociales Introducción al ecosistema digital.

- Introducción a la publicidad pagada en redes sociales: META (Facebook e Instagram) , Tik-Tok, LinkedIn.
- Identificación de Buyer Persona, Elección de la/s plataformas, Definición de presupuesto, Objetivos SMART, Segmentación de Audiencias y Públicos objetivos, Creación de Anuncios, utilización de herramienta CANVA.
- Configuración general de campañas en META. (Facebook Ads e Instagram Ads.).
- Medición de resultados post implementación.

Dinámica práctica: se completará un Google Form para describir:

- Objetivo principal (aumentar ventas, generar tráfico, mejorar el reconocimiento).
- Plataformas donde ejecutarán la estrategia (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, etc.).
- Plan de contenidos: 3 ideas de publicaciones o anuncios para redes sociales.

CLASE 3

Implementación de Estrategia Digital. Implementación de la Campaña y los anuncios.

- Creación y puesta en marcha de una estrategia digital para la venta de productos o servicios.
- Desarrollo de un plan de contenidos para redes sociales.
- Evaluación de resultados.

Dinámica práctica: Configuración en clase del META Business Manager. Creación de la cuenta publicitaria.

CLASE 4

¿Cómo implementar marketing digital en mi emprendimiento? Modelos de negocio B2C, B2B.

- Análisis de caso de venta de productos en un Ecommerce y en Marketplaces.
- Análisis de caso de venta de servicios. Landing page, Sitio Web, Sitio web en Google Workspace
- Plataformas de Ecommerce: Tienda Nube, Prestashop, Shopify, Desarrollo ecommerce propio (Worpress-Woocommerce), Desarrolladores, Marketplaces: Mercado Libre.
- Herramientas complementarias a la pauta publicitaria: Emailmarketing.

Dinámica práctica: se completará un Google Form para describir:

- ¿Qué vende / venderá mi negocio / emprendimiento (productos o servicios)?
- ¿Por cuál plataforma vendo o voy a vender?



CLASE 5

Ejemplos de Casos de buena implementación de:

- objetivos
- estrategia
- plataformas
- creatividad y buenos resultados de campaña

Dinámica Práctica: Aplicación de Aprendizajes en Grupo

- Formato: Grupal y participativo.
- Cada grupo compartirá de manera oral cómo han implementado los conocimientos adquiridos en las clases dentro de sus propios negocios emprendimientos.
- Se espera que los participantes expliquen qu herramientas o estrategias les resultaron más útiles y cómo las han adaptado a sus realidades.
- Posteriormente, se completará un Google Form para recoger el feedback del curso, donde los participantes evaluarán su experiencia, el contenido y la aplicabilidad de lo aprendido.

Método de Evaluación

Evaluación dinámica por clase. Este enfoque permite evaluar el progreso de los estudiantes de manera gradual y constante, asegurando la aplicación práctica de los conceptos en cada sesión.