

# Diplomatura en Community Management y Marketing Digital



## Presentación

La Diplomatura en Community Management y Marketing Digital es una capacitación integral basada en las nuevas profesiones que se han creado, gracias al avance de las nuevas tecnologías como ser el Community Manager, o bien el Social Media planner entre otros.

Los contenidos reunidos en esta capacitación acercan al profesional de marketing, y al público en general, a las herramientas necesarias para el óptimo desarrollo de campañas basadas en las redes sociales.

El objetivo es que el alumno integre los contenidos teóricos y prácticos que requieren los profesionales en marketing hoy en día y que las empresas están buscando continuamente para integrar en sus trabajos.

El egresado podrá realizar campañas en las redes sociales, en redes de video, e-mail marketing, con pauta publicitaria y planificar la administración y las métricas de las mismas.

### Requisitos previos

Conocimientos básicos en manejo de Computadora.

Manejo a nivel usuario en redes sociales (Facebook, Instagram)

Manejo a nivel básico de Word y Excel.

**Duración:** 32 clases, 96 hs totales.

**Modalidad:** clases 100 % online en vivo de 3 hs. dos veces por semana

## Objetivos

### Objetivo general

Obtener las habilidades necesarias para desarrollar un plan de Social Media

### Objetivos Específicos:

- Desarrollar marketing de contenidos en las principales redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter).
- Desarrollar estrategias de comunicación en las redes sociales
- Conocer las principales estrategias de móvil marketing en WhatsApp.
- Comprender el flujo de visitas en un sitio web.
- Utilizar y manejar distintos tipos de informes.



## Dirigido a:

- Público en general que desea formarse en marketing y comunicación digital.
- Estudiantes o graduados de cursos y carreras relacionadas con el mundo digital
- Trabajadores del sector de empresas que se encarguen de contenido y publicidad digital.

# Programa de contenidos



## Módulo 1: Community Management



### Unidad I: Clase 1. Rol del Community Manager

Presentación (docentes, alumnos, modalidad de cursada y evaluación).

Paradigma Web, usuario digital.

Community manager, content manager, social media manager.

La figura del community manager.



### Clase 2. Herramientas del Community Manager

Business suite.

Generación de contenido visual y audiovisual con Canva.

Content curator, marketing de contenidos.



### Clase 3. Plan de Social Media Marketing + Grillas

Elaboración de un FODA Digital.

Beneficios de contar con un Plan de Social Media.

Elaboración de un Plan de Social Media Marketing.

Armado de grillas de contenidos, calendario editorial.



### Clase 4. Redacción digital & técnicas de Copywriting

Redacción digital.

Editor de Entradas y de Páginas.

Integración con redes sociales.

Creación, configuración y diseño de blogs.

Características del lenguaje digital.

Comportamiento de los usuarios en la Web.

Pirámide invertida horizontal.

Sintaxis de la escritura en Internet.

Estratificación de la información en la Web.



## Unidad II: Clase 5. SEO Herramientas

Google Mi Negocio (My Business).  
Google Search Console.  
Google Trends.



## Clase 6. Primeros pasos en Facebook

Diferencias entre Biografías, Grupos y Páginas.  
Tipos de fan page.  
Creación y optimización de página de empresa.  
Algoritmo (EdgeRank) y feed de noticias.  
Verificaciones oficiales.  
Buenas prácticas en Facebook.



## Clase 7: Generación de contenidos orgánicos

Herramientas de publicación.  
Transmisiones en vivo.  
Experiencia instantánea.  
Construcción de tiendas.  
Tipos de publicaciones orgánicas.



## Clase 8: Medición en Facebook

Page Insights.  
Métricas de la Página, publicaciones e historias.  
Estadísticas locales.  
Facebook Marketplace.  
Social Plugins.



## Unidad III: Clase 9. Instagram

Perfil de empresa.  
Generación de contenidos.  
Instagram para tu negocio.  
Herramientas para Instagram.  
Reels.



## Clase 10. Instagram

Canva.  
Creator studio.  
Sorteos/concursos.  
Marketing de influencers.



## Clase 11. Redes sociales audiovisuales

Contenido en Tik-Tok  
Herramientas en Pinterest  
Generación de contenidos audiovisuales.  
Estrategias de comunicación en redes audiovisuales.



## **Clase 12. Twitter para empresas**

Uso corporativo de Twitter.  
Generación de contenidos.  
Analytics de Twitter.  
Administración de TweetDeck.  
Social Plugins.



## **Unidad IV: Clase 13. Personal branding en LinkedIn**

Buenas prácticas en LinkedIn.  
Personalización y optimización de perfiles.  
Red de contactos en LinkedIn.  
Uso profesional de los grupos en LinkedIn.



## **Clase 14. YouTube**

Buenas prácticas en YouTube.  
Optimización del canal.  
Storytelling.  
Inserción y optimización de videos.



## **Clase 15. Reporting Social Media**

Metricool.  
Realización de reportes para redes sociales.  
Reconocimiento y análisis de indicadores clave de rendimiento.



## **Clase 16. Cierre + Budgeting**

Presentación y exposición de proyectos.  
Charla y debate sobre los proyectos e intercambio de ideas.  
Cierre de actividad y devolución de observaciones sobre los proyectos.

## **Módulo II: Marketing Digital**



### **Unidad I: Clase 17. Introducción al Marketing Digital**

Omnicalidad y prosumidor.  
Estrategia de marketing, audiencias (customer persona, consumer journey).  
Inbound marketing.  
WorkFlow.  
Brief, landing page.  
Objetivos en cada fase del funnel.  
Branded Content.



### **Clase 18. META Ads Facebook**

Elaboración de campañas desde la página de empresa.  
Configuración de la cuenta publicitaria.  
Métodos de facturación.  
Política de anuncios.



## **Clase 19. META Ads Facebook**

Campañas en Facebook Ads.  
Conjunto de anuncios en Facebook Ads.  
Opciones avanzadas de la entrega.  
Elaboración de campañas de interacciones.



## **Clase 20. META Ads Facebook**

Generación de clientes potenciales.  
Públicos similares.  
Elaboración de campañas de captación de leads.



## **Unidad II: Clase 21. META Ads Facebook**

Facebook Business Manager.  
Informes Facebook Ads.



## **Clase 22. META Ads Instagram**

Elaboración de campañas de Alcance.  
Elaboración de campañas de Reconocimiento de la marca.



## **Clase 23. META Ads Instagram**

Elaboración de campañas de Tráfico web.  
Elaboración de campañas de Reproducción de video.  
Elaboración de campañas desde la app oficial de Instagram.  
Características y oportunidades de Instagram Ads.  
Perfil de empresa en Instagram Ads.  
Objetivos de campañas.  
Normas publicitarias.  
Elaboración de campañas en Instagram Ads.  
Anunciar en stories y feed móvil.  
Estrategias de segmentación en Instagram.  
App oficial.



## **Clase 24. Social Ads Twitter y LinkedIn**

Elaboración de campañas en Twitter Ads.  
Tecnologías de segmentación de públicos.  
Objetivos publicitarios y anuncios en Twitter.  
Estrategias corporativas en LinkedIn.  
Creación de página de empresa.  
Generación de campañas publicitarias en LinkedIn.  
Funciones de usuario en LinkedIn.



## **Unidad III: Clase 25. Social Ads WhatsApp y Messenger**

WhatsApp para tu negocio.  
Optimización del chat.  
Gestión de campañas de mensajería.



## **Clase 26. Google Search Ads (SEM)**

Estructuración de campañas.  
Tipos de pujas.  
Extensiones de anuncios.  
Keyword planner.  
Optimización de campañas.



## **Clase 27. Google Display Ads**

Características de las campañas en la red de display.  
Oferta Costo por cada Mil Impresiones Visibles (vCPM).  
Anunciantes de branding.  
Limitación de frecuencia.  
Tecnologías de segmentación por personas.  
Elaboración de campañas en la red de display.



## **Clase 28. Google Video Ads**

Elaboración de campañas de video.  
Tipos de anuncios (in-stream, Bumpers, Outstream).  
Tecnologías de segmentación por contenidos.



## **Unidad IV: Clase 29. Email Marketing - Automatización**

Gestión de listas de suscriptores.  
Creación de formularios de suscripción.  
Desarrollo de campañas (newsletter).  
Indicadores de rendimiento.  
Optimización y automatización de estrategias de mailing.



## **Clase 30. Métricas y reporting - Google Analytics**

Introducción a la analítica digital.  
Estructura e interfaz de Google Analytics.  
Informes de Google Analytics.  
Creación de cuenta, propiedad y vista.  
Tipos de informes  
Armado de informe personalizado  
UTM.  
Google Tag Manager (GTM).



## **Clase 31. Data Studio**

Introducción a Data Studio  
Reporting  
Métricas  
Aplicación a campañas



## **Clase 32. Budgeting**

Armado de presupuesto.  
**Evaluación final y cierre de cursada.**