



Marketing en Internet y Community Manager

1.0 y 2.0

Presentación: El curso de Community Manager procura brindar al estudiante una formación en la administración y manejo de las Redes Sociales, así como de la publicidad y marketing en Internet. Incluyendo un marco teórico conceptual, casos prácticos y work shop. Capacita al egresado tanto para trabajar en una relación de dependencia como para dirigir su propio emprendimiento como especialista en RR.SS.

Fundamentación: El presente programa ha sido estructurado teniendo en cuenta la necesidad de los funcionarios administrativos y comerciales de dominar la administración de las redes sociales desde una perspectiva del marketing y la promoción, así como para administrar las mismas en forma tercerizada.

Objetivos: Que los estudiantes sean capaces de administrar las redes sociales de una o varias empresas, crear, editar y organizar contenidos corporativos apropiados, resolver objeciones y comentarios negativos.

Sistema de Enseñanza: Clases presenciales en formato modular con una carga horaria de 64 horas distribuidas en 3 clases semanales de 3 horas cada una.

Desarrollo:

Módulo I (4 horas)	<ul style="list-style-type: none">● Conceptos básicos.<ul style="list-style-type: none">- Marketing.- Comunicación- TIC's.- Marketing en internet.- Redes Sociales.● Community manager.<ul style="list-style-type: none">- Qué es y qué no es.- Funciones.- Cualidades.
Módulo II (4 horas)	<ul style="list-style-type: none">● Primeros pasos.<ul style="list-style-type: none">- Identificar mi empresa y mi competencia.- Captar las percepciones.- Conocer los diferentes canales.● Crear y organizar contenido en redes sociales.● Herramientas útiles y vocabulario.● Pautas para crear concursos en las redes sociales.



	<ul style="list-style-type: none">• El feedback
Módulo III (4 horas)	<ul style="list-style-type: none">• Comunidades y usuarios.• Cómo resolver las crisis en las redes sociales.<ul style="list-style-type: none">- Negociación y resolución de conflictos.- Quejas y críticas.• Redes sociales antes, durante y después de la compra o consumo.
Módulo IV (4 horas)	<ul style="list-style-type: none">• Las OTA's.• Concordancia y coherencia. Cómo trabajar cuando son varios los administradores de las redes sociales.• Diseño gráfico.• Reportes. Presentando el resultado de tu trabajo.• Conclusiones finales.

Bibliografía y lecturas sugeridas

Material de consulta:

- **Facebook Page:** Es la página oficial dedicada a las fan pages, no solo encontrarás guías y material útil sino que recibirás todas las novedades y modificaciones que Facebook realiza constantemente.
- **FacebookAds:** Al igual que Facebook Page, presenta buenos tips y todas las novedades para realizar campañas de publicidad en la red social.
- **Faceblog:** Es un sitio en español que ofrece información sobre desarrollo de aplicaciones, herramientas básicas, guías de HTML y otras utilidades.
- **Page Tab Tutorial:** Dentro de la documentación que tiene Facebook para desarrolladores puedes encontrar información muy útil para configurar pestañas e implementar nuevas aplicaciones.
- **Mashable:** Un clásico, en inglés. La sección de Social Media cubre un amplio contenido que es de interés para cualquier CM.
- **Guía completa de G+:** Mashable publicó una guía muy completa sobre la nueva red social de Google.
- **Twitter for Newsrooms:** Es una guía que publicó, en inglés, Twitter pensada para periodistas, pero más allá del oficio, tiene varios tips que pueden ser útil a un CM.
- **Twitter para empresas:** Una colección de recursos que brinda el microblog para cuentas institucionales.
- **Blog de Twitter:** El blog oficial en español donde publican las modificaciones y novedades del sitio.



eBooks y libros:

- **Page Insights Guide:** Una breve guía de Facebook que describe todos los indicadores de medición que ofrece el sitio.
- **Guía de optimización para buscadores [principiantes]:** Saber un poco de SEO nunca está de más, por eso, les recomiendo leer la guía que preparó Google sobre posicionamiento. Se encuentra disponible en español.
- **En pocas palabras, manual de redacción publicitaria:** El libro es de Ricardo Palmieri, licenciado en Publicidad.
- **The Huffington Post Complete Guide to Blogging:** Adrianna Huffington cuenta varios buenos consejos para lograr un blog exitoso.
- **Likeable Social Media:** El libro tiene una recopilación de información sobre Facebook y Twitter.
- **La estrategia del oceano azul:** Plantea cómo desarrollar una estrategia de mercado donde la competencia no tiene importancia. El libro fue escrito por W. Chan Kim y Renee Mauborgne; puedes encontrar sus primeros capítulos en Google Books. Por su parte, “Value Innovation: The Strategic Logic of High, Growth” -que también pertenece a estos dos autores – es un buen complemento de lectura al primero.
- **Las 22 Leyes Inmutables del Marketing:** Escrito por Al Ries y Jack Trout, el libro presenta 22 técnicas y herramientas de mercadeo con ejemplos de vida real. Según @Tifis, un básico de tu biblioteca.
- **Escribir en español, claves para una corrección de estilo:** En el entendido que una redacción adecuada es también fundamental para realizar de forma profesional este trabajo y el libro de María Marta García Negroni se transformó en una guía de recurrente lectura. No solo tiene reglas ortográficas con ejemplos de uso, sino que además ayuda a perfeccionar la gramática y despeja muchas dudas que no encontramos en un simple diccionario online.