



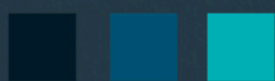
IDPE

CURSO ONLINE

COMUNICACIÓN MARKETING & COMMUNITY MANAGER



INSTITUTO DE DESARROLLO PROFESIONAL Y EMPRESARIAL



Instituto registrado en el:

Ministerio de Educación y Cultura



COMUNICACIÓN, MARKETING Y COMMUNITY MANAGER

El presente curso brinda una formación integral que incluye los conocimientos y herramientas necesarias para un eficaz desempeño en una empresa o entidad que requiera apoyo en el análisis, planificación, ejecución y evaluación de la comercialización de su producto o servicio. así como también acciones que promuevan mejoras en la gestión, desarrollo y valoración de su comunidad online

Está dirigido a personas que deseen trabajar en gestión comercial y promocional en el ámbito empresarial ya sea que cuenten o no con experiencia previa en el rubro, y a empresas u organizaciones que requieran herramientas para un eficiente manejo de sus actividades.

Objetivo General

Ofrecer una formación actualizada que promueva el mayor nivel en el desarrollo de las competencias laborales específicas con el fin de generar un efectivo ingreso en el mercado laboral formal, dentro del área de referencia.

Generar en los/as estudiantes un buen nivel de trabajo en análisis de mercado, gestión, desarrollo y evaluación de comunidades virtuales. Además de promover su interés en capacitarse de forma permanente estando actualizado a los requerimientos del mercado laboral.

Potenciar en los/as participantes las habilidades blandas que le permitan ser más competitivos en el mercado laboral, generando una mayor y mejor empleabilidad.

Objetivos Específicos

Que los/las participantes desarrollen habilidades específicas y transversales propias de sus competencias en el cargo que ocupan.

Que los/las participantes integren herramientas que les faciliten una visión clara de lo que requiere el rol y una visión global del área, que favorezca la adquisición de competencias técnicas específicas entendiendo el eslabón fundamental que significan sus competencias en la cadena de trabajo.

Potenciar sus procesos de aprendizaje individual y de inserción grupal y social.

Características

- Modalidad: Virtual.
- Duración: 60 horas.
- Días y horarios sujetos a cada edición.
- La carga horaria no supera las 10 hs semanales

Requisitos técnicos (excluyentes)

- PC disponible para realizar ejercicios y pruebas.
- Un dispositivo con acceso a micrófono y cámara (celular, tablet) para tomar las clases en línea
- Acceso estable a internet.
- Manejo de PC y office nivel usuario o superior.
- Tener un usuario Zoom (plataforma de videoconferencias).

Aprobación del curso

- El curso se aprobará por asistencia y prueba de saberes.
- La asistencia deberá ser igual o superior al 80% de las clases dictadas.
- La prueba deberá aprobarse con un mínimo del 50% (equivalente en la escala a un 6 o Bueno) del puntaje total.

Materiales didácticos

Se le brindará a cada estudiante el material de apoyo necesario para que logre ampliar lo dictado en clases. Así como ejercicios prácticos que le permitan ir realizando una autoevaluación de sus avances.

Perfil de ingreso

- Mayores de 18 años.
- Primaria completa aprobada (excluyente)
- Se sugiere ciclo básico aprobado (educación media básica-secundaria completa).

Perfil de egreso

El analista en marketing tiene la función de crear, desarrollar y evaluar las estrategias de mercado, así como también medir los resultados de las estrategias de marketing dentro de una empresa o comercio. Determinan los productos o servicios a ser vendidos y la mejor forma de hacerlo.

El Community manager se ha convertido en una pieza fundamental para la difusión de contenido de calidad en plataformas sociales, son los encargados de la reputación digital de las empresas, tienen la gran responsabilidad de conectar y empatizar con el público. Estos profesionales se encargan de asistir y asesorar a la empresa en lo relativo a la atención al cliente, planificación y ejecución del área comercial, en el ámbito digital, y de crear una comunidad alrededor del valor que ofrece su negocio.

Al finalizar el curso el/la estudiante tendrá la capacidad y los conocimientos para:

1. Gestionar eficientemente la comunicación online con clientes actuales o potenciales de una marca o empresa a través de las diferentes herramientas sociales.
2. Trabajar en la atención al cliente, ventas directas, indirectas, intangibles, telefónicas y a través de las TIC's (Tecnologías de la Información y la Comunicación).
3. Diseñar estrategias específicas que contribuirán a los objetivos de Social Media de la marca.
4. Colaborar en la elaboración de un plan para expandir el negocio mediante el uso de redes sociales.
5. Establecer diálogos bidireccionales, crear audiencias, humanizar la marca y generar valor.
6. Dar visibilidad a la marca en el mundo digital, mantener una adecuada reputación online.
7. Propiciar seguidores activos, que compartan, comenten y finalmente compren los productos o servicios ofrecidos.
8. Establecer relaciones con influencers del sector.
9. Analizar la actividad de los principales competidores de la marca.:
10. Identificar las tendencias del mercado y hacer seguimiento a la competencia.
11. Decidir sobre el diseño del producto/servicio en función de las necesidades del mercado y la fijación de precios.
12. Realizar un plan de Marketing adecuado a las necesidades de la empresa
13. Ejecutar eficientemente la estrategia digital de la marca.
14. Evaluar las estrategias utilizadas, actualizarlas y adecuarlas a los requerimientos de la empresa y del mercado.

Metodología Pedagógica

- Desarrollamos un espacio donde los estudiantes pueden descubrir sus propias habilidades y las aplican efectivamente en su proceso educativo.
- El estudiante aprende los contenidos y las herramientas mientras trabaja de forma práctica un proceso que pendula entre lo personal y lo grupal.
- Durante el curso el estudiante acredita saberes de forma práctica, aplicando los conocimientos adquiridos durante el trayecto educativo.

CONTENIDOS (PROGRAMA)

MÓDULO 1: COMUNICACIÓN

Introducción

- La comunicación en la era de la transformación digital
- Introducción a la comunicación digital.
- ¿Qué es la comunicación?
- Diferencia entre comunicación y marketing
- Emisor-receptor
- Tipos de comunicación
- Canales de comunicación con un receptor
- Medios y herramientas de comunicación.
- Objetivos de la comunicación.

Plan y campañas

- Estrategias de comunicación. ¿Qué es? ¿Para qué sirve?
- Público objetivo
- Elección del mensaje, aspectos clave a comunicar.

Profesionalismo en la comunicación

- ¿Qué esperar de la comunicación?
- ¿Cómo medir los objetivos?
- El perfil de los comunicadores
- El área de comunicación

MÓDULO 2: MARKETING

Introducción

- Glosario de marketing
- ¿Qué es el marketing?
- Conceptos claves del marketing.
- Marketing MIX
- Marketing de productos versus marketing de servicios.
- Definiciones - Necesidades vs deseos.
- Análisis FODA
- El perfil del consumidor y la marca.
- Segmentación del mercado
- La marca
- Posicionamiento, tipos de posicionamiento
- Precio: definición, fijación de precios (internos y externos), orientación a costo.
- Orientación a la demanda, orientación valor percibido, orientación a la competencia, punto de equilibrio.
- Distribución: Canal Directo e Indirecto, Mercados de Consumo.
- Producto: Concepto y atributos del producto: ciclo de vida (fase de lanzamiento o introducción. fase de turbulencias, fase de crecimiento, madurez y declive, extensión del ciclo de vida, análisis de la cartera de productos).
- Publicidad: Modelos de comunicación publicitaria, estrategia publicitaria, medición de efectividad, indicadores.
- Tipos de compra en marketing- comportamiento del consumidor.
- **Proyecto final: Elaboración de un plan de marketing**

MÓDULO 3: COMMUNITY MANAGER

Introducción

- Glosario digital
- Evolución de las Redes Sociales.
- Publicidad en redes: Introducción a Meta Ads y Google Ads
- Branding.
- La marca en las redes

El rol profesional

- ¿Qué hace un community manager?
- Tareas diarias de un CM
- Perfil profesional

El ecosistema digital

- No todas las redes sirven para lo mismo
- Tipos de contenidos
- Marketing de contenidos o content marketing
- Tipos de contenidos para web y redes sociales.
- Herramientas de planeación, publicación y gestión
- Protocolo de escalamiento, FAQ y control de crisis
- Fundamentos y métricas
- Fundamentos de Instagram, Facebook, X, LinkedIn, TikTok, Youtube

Principios del diseño gráfico y copywriting

- Fundamentos de Diseño
- Principios del Diseño
- Composición
- Formatos
- Imagen Digital
- Color
- Tipografía
- Manual de marca y su aplicación en redes sociales
- Creación de textos persuasivos y vendedores

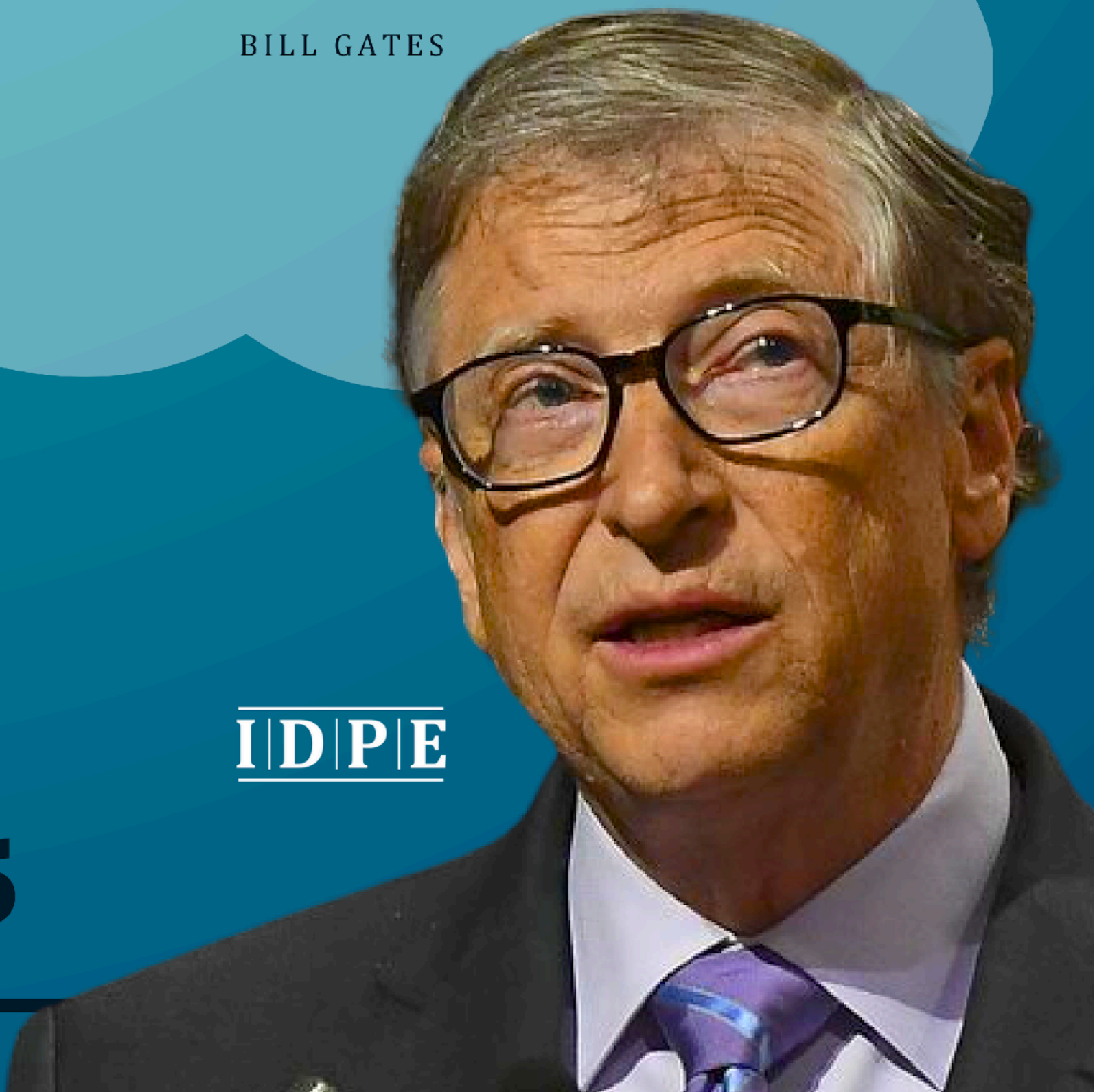
”

EL CONTENIDO ES EL REY.

BILL GATES

I|D|P|E

“



The background of the entire page consists of several concentric circles in shades of light gray, creating a subtle, modern pattern.

I | D | P | E

**INSTITUTO DE DESARROLLO
PROFESIONAL Y EMPRESARIAL**

