

Community Management

La profesionalización cada vez mayor del Community Manager exige una formación profunda en competencias digitales y habilidades técnicas necesarias para poder desempeñar con éxito una de las profesiones que más se han desarrollado en los últimos años.

Esta nueva profesión es una función estratégica que está integrada de forma transversal en la organización, que involucra a las áreas de: Marketing, Comunicaciones, Recursos Humanos, Relaciones Públicas, Dirección, Finanzas, Ventas, Atención al Cliente, etc.

DETALLES DEL EVENTO:

| | | |
|------------------|----------------------------|-------------------------------------|
| Fecha: | 03 de julio | todos los miér. de 19:00h a 22:40 h |
| Duración: | 24 horas académicas | (06 sesiones de 04 h c/u) |

*Duración de la hora académica: 50 minutos

Objetivos de aprendizaje:

El objetivo general de este curso es preparar al participante para desenvolverse como Community Manager, aplicando conocimientos y experiencias necesarios para gestionar las comunidades virtuales y redes sociales de la empresa, teniendo en cuenta el comportamiento online de los usuarios.

Metodología:

Las reuniones de clases se desarrollan en un laboratorio y tendrán como insumos la exposición del profesor del curso, la participación con discusiones y desarrollo de ejercicios por los participantes, así como exposiciones de experiencias empresariales. Los elementos de aprendizaje a emplearse son:

Exposiciones del profesor del curso.

Las discusiones en clase.

Desarrollo de ejercicios en clase.

Temario:

Sesión I

- Conceptos básicos sobre un community manager y social media.
- Redes sociales para empresas.

Sesión II

- Estrategia y Plan de Redes Sociales.
- Branding, construcción y gestión de la identidad digital.
- Herramientas de Social Media.

Sesión III

- Narrativa transmedia.
- Branded content.
- Storytelling.

Sesión V

- Social Ads.
- Casos de éxito.

Sesión IV

- Online reputation management.
- Gestión de crisis en redes sociales.

Sesión VI

- Gestión Analítica de Redes Sociales.
- Métricas de social media y cuadros de mando.
- Rentabilidad y ROI.

Dirigido a:

El programa está dirigido a:

Profesionales del marketing online que deseen renovar sus conocimientos analíticos para maximizar sus inversiones online.

Emprendedores que busquen impulsar un cambio en sus proyectos online.

Directivos y responsables de marketing que quieren mejorar los resultados a través de la analítica web.

Recién graduados que pretenden desarrollar su carrera hacia Internet, el marketing digital y las nuevas tecnologías y quieran especializarse en la analítica web.

Inversión:

Público en general: **S/ 588.00**

Pago por anticipado (hasta el 19 de junio): **S/ 529.20**

Ex alumnos de pregrado, alumnos de posgrado y del DPA de la Universidad ESAN: **S/ 529.20**

Club El Comercio: **S/ 499.80**

Alumnos de pregrado de la Universidad ESAN: **S/ 470.40**

Corporativo (05 a más inscritos): **S/ 470.40**

*Se requiere un mínimo de 08 alumnos para iniciar el curso.

*Los descuentos no son acumulables.

*Se entregará Certificado de Aprobación y Constancia de Nota a nombre de la Universidad ESAN.

*Una vez iniciado el curso no hay lugar a retiros, ni devoluciones.

Profesor:

Renato Falcón Rosales

Ingeniero de Sistemas UAP.

Lic. en Ciencias de la Comunicación, Univ. San Luis Gonzaga.

Estudios de Posgrado en Comunicación Digital en USMP.

Profesional especializado en comunicación y marketing digital con más de 5 años de experiencia en el sector público, privado y organizaciones no gubernamentales, impulsando actividades, proyectos, emprendimientos y campañas en el ámbito digital.

Informes e inscripciones:

Universidad ESAN

Oficina de Admisión Pregrado

lun. - vie. de 09:30 h a 19:45 h | sáb. de 09:00 h a 12:45 h

T. 712 7272 | extension@ue.edu.pe

<https://www.ue.edu.pe/programa-extension-universitaria>

Alonso de Molina 1652, Monterrico, Surco

