

BRIEF - FORMACIÓN CONTINUA

CURSO:	Community Manager evolution
TIPO:	Actualización
PÚBLICO:	Personas en general
ESTRUCTURA:	Curso de tendencia
MODALIDAD:	Presencial

Introducción:

En el mundo digital actual, el rol del Community Manager se ha vuelto esencial para la gestión efectiva de la presencia en línea de las marcas. Este curso de Community Manager del Instituto San Agustín ISAT, está diseñado para proporcionar a los participantes las habilidades y conocimientos necesarios para administrar y potenciar comunidades digitales, creando estrategias que fortalezcan la identidad de marca, mejoren la interacción con los clientes y aseguren una comunicación eficaz en todas las plataformas sociales.

Landing Page:

Impulsa tu emprendimiento y aprende a conectar con tu audiencia, generar engagement y gestionar la presencia en línea de manera efectiva utilizando estrategias y herramientas innovadoras. Conviértete en el Community Manager que las marcas necesitan para triunfar en el mundo online.

Objetivo

El objetivo de este curso es capacitar a los participantes en la gestión integral de comunidades digitales, utilizando un enfoque práctico que les permita aplicar de manera inmediata los conocimientos adquiridos en casos reales. Al finalizar, los participantes estarán preparados para desarrollar y ejecutar estrategias de social media que incrementen la presencia de marca, fidelicen a los clientes y gestionen situaciones de manera efectiva.

Propuesta de Valor

- Enfoque Experiencial y Práctico:** A través de ejercicios interactivos, simulaciones y proyectos contextualizados, los participantes aprenderán haciendo, lo que asegura una comprensión profunda y aplicable de las herramientas y estrategias de gestión de redes sociales.
- Acceso a Herramientas Avanzadas:** Los participantes tendrán acceso a las últimas herramientas de gestión de redes sociales y análisis digital, incluyendo Google Analytics, Facebook Business Suite, y Canva, entre otras, lo que les permitirá operar con un nivel profesional desde el primer día.

Perfil del Docente

El curso estará a cargo de un profesional con amplia experiencia en marketing digital y gestión de comunidades en redes sociales. Este docente no solo posee un dominio profundo de las herramientas y estrategias de social media, sino que también ha trabajado en la industria, gestionando exitosamente campañas y comunidades para marcas reconocidas. Su enfoque pedagógico se centra en el aprendizaje práctico y la resolución de problemas reales, brindando a los estudiantes una educación que trasciende lo teórico para ser directamente aplicable en su entorno laboral.

Dirigido a:

- Emprendedores y Empresarios que desean aprender a gestionar la presencia digital de sus negocios y marcas.
- Profesionales de Marketing y Comunicación interesados en especializarse en la gestión de redes sociales y comunidades digitales.
- Estudiantes de Publicidad, Marketing y Comunicación que buscan complementar su formación académica con habilidades en social media.
- Personas usuarias interesadas en las Redes Sociales que desean aprender a manejar las herramientas de comunicación y publicidad digital para su desarrollo profesional o personal.

Beneficios:

- **Dominio de Herramientas de Social Media:** Aprenderás a utilizar y sacar el máximo provecho de herramientas avanzadas como Google Analytics, Facebook Business Suite, Canva, y Mailchimp, lo que te permitirá gestionar eficazmente la presencia digital de una marca.
- **Desarrollo de Estrategias Eficaces:** Serás capaz de diseñar, implementar y analizar estrategias de comunicación digital que fortalezcan la identidad de la marca y mejoren la interacción con los clientes, asegurando resultados tangibles.
- **Aprendizaje Contextualizado y Aplicable:** A través de un enfoque práctico y basado en casos reales, podrás aplicar inmediatamente lo aprendido en situaciones reales, lo que te preparará para enfrentar los desafíos del mercado laboral.
- **Certificación Reconocida:** Al finalizar el curso, obtendrás una certificación del Instituto San Agustín como "Especialista en Community Manager", lo que añadirá valor a tu perfil profesional y te abrirá puertas a nuevas oportunidades en el ámbito digital.

Ventajas:

- Docente especialista experto en el área.
- Acompañamiento académico [permanente](#).
- Uso de plataforma de Aprendizaje - [Modelo educativo ISAT](#).
- Clases online por medio del sistema de [videoconferencia Google Meet](#).
- Acceso a la grabación de las clases.
- Emisión de certificado electrónico a nombre de ISAT.
- Metodología con [enfoque práctico](#).

Requisitos:

- Computadora o laptop con conexión a internet
- Cámara y audio.
- Espacio adecuado para estudio libre de distractores.
- Manejo de PC y/o laptop
- Dominio en el uso de navegador
- Cuenta de correo electrónico gmail.

Duración:

- | | |
|------------------------|---------------------------------------------------|
| ✓ Inducción | : 1 hora académica (Fuera de las horas del curso) |
| ✓ Frecuencia | : De acuerdo a programación |
| ✓ Horario | : 2h académicas por sesión. |
| ✓ Horas sincrónicas | : 36 horas en total |
| ✓ Tiempo de dedicación | : 10 horas académicas |
| ✓ Duración total | : 46 horas académicas |

Docente:

El curso estará a cargo de un profesional con amplia experiencia en marketing digital y gestión de comunidades en redes sociales. Este docente no solo posee un dominio profundo de las herramientas y estrategias de social media, sino que también ha trabajado en la industria, gestionando exitosamente campañas y comunidades para marcas reconocidas. Su enfoque pedagógico se centra en el aprendizaje práctico y la resolución de problemas reales, brindando a los estudiantes una educación que trasciende lo teórico para ser directamente aplicable en su entorno laboral.

Certificación:

Al término del curso el participante debe haber culminado satisfactoriamente con la nota mínima de 13 (trece), y recibirá un certificado de reconocimiento como **“Community Manager Evolution”** a nombre del instituto San Agustín - ISAT, que acredite su asistencia y conocimientos adquiridos.

Malla Curricular:

CONTENIDO	Hrs
Sesión 1: Introducción al Rol del Community Manager <ul style="list-style-type: none"> • Evolución de las redes sociales y su impacto en el marketing digital. • Roles y responsabilidades del Community Manager y el Social Media Manager. • Tipos de redes sociales y su uso estratégico en la comunicación digital. • Ejercicio práctico: Análisis de casos de éxito y fracaso en redes sociales. 	3 hrs
Sesión 2: Estrategias de Gestión de Redes Sociales <ul style="list-style-type: none"> • Decálogo del Community Manager: Mejores prácticas y errores comunes. • Estrategias para la creación de contenido alineado a los objetivos de marca. • Ejercicio práctico: Creación de un plan de contenido para una marca ficticia. 	3 hrs
Sesión 3: Manejo de Crisis y Reputación en Redes Sociales <ul style="list-style-type: none"> • Identificación y gestión de riesgos en social media. • Estrategias para el manejo de crisis y protección de la reputación online. • Práctica calificada 1: Simulación de una crisis en redes sociales y su gestión. 	3 hrs
Sesión 4: Publicidad en Redes Sociales <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de campañas en redes sociales y su configuración. • Influencers: Identificación, colaboración y medición de resultados. • Ejercicio práctico: Diseño de una campaña publicitaria en Facebook Ads. 	3 hrs
Sesión 5: Estrategia de Comunicación Digital <ul style="list-style-type: none"> • Creación de la identidad digital de una marca. • Estrategia de comunicación desde la conceptualización hasta la ejecución. • Ejercicio práctico: Desarrollo de una estrategia de comunicación para una marca. 	3 hrs
Sesión 6: Análisis de Resultados y Mejora Continua <ul style="list-style-type: none"> • Herramientas para el análisis de la performance en redes sociales. • Métodos para la optimización de campañas y estrategias a partir de datos. • Práctica Calificada 2: Análisis y mejora de una campaña en curso. 	3 hrs
Sesión 7: Gestión de Herramientas Digitales <ul style="list-style-type: none"> • Uso avanzado de Google Analytics para la medición de impacto. • Gestión de redes con Facebook Business Suite y Tweetdeck. • Ejercicio práctico: Configuración de herramientas y análisis de datos reales. 	3 hrs
Sesión 8: Marketing de Contenidos y Automatización <ul style="list-style-type: none"> • Introducción al marketing de contenidos y estrategias de automatización. 	3 hrs

<ul style="list-style-type: none"> Herramientas de automatización: Mailchimp, Hootsuite, etc. Ejercicio práctico: Creación de una campaña automatizada de email marketing. 	
<p>Sesión 9: Diseño de Contenidos Visuales</p> <ul style="list-style-type: none"> Principios de diseño gráfico aplicados a redes sociales. Herramientas de diseño: Canva, Adobe Spark, Flaticon. Práctica Calificada 3: Creación de contenidos visuales atractivos para redes. 	3 hrs
<p>Sesión 10: Gestión de Proyectos en Redes Sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> Organización y planificación de proyectos digitales. Creación de colecciones y herramientas de gestión de tareas. Ejercicio práctico: Planificación y ejecución de un proyecto social media. 	3 hrs
<p>Sesión 11: Tendencias y Nuevas Plataformas</p> <ul style="list-style-type: none"> Análisis de tendencias emergentes en social media. Exploración de nuevas plataformas y su potencial en marketing digital. Ejercicio práctico: Desarrollo de una estrategia para una nueva plataforma. 	3 hrs
<p>Sesión 12: Proyecto Final y Presentación</p> <ul style="list-style-type: none"> Consolidación de conocimientos y preparación del proyecto final. Presentación y retroalimentación del proyecto de gestión de redes sociales. Evaluación final: Presentación de Proyecto 	3 hrs

Parámetros de Evaluación:

La nota final del proyecto se obtendrá de un promedio ponderado de todos los proyectos desarrollados durante el curso.

$$P1 + P2 + P3 + PF = 20\% + 20\% + 20\% + 40\% = \text{Nota final (NF)}$$

=====
Dirección Académica
 =====