

Curso de Community Manager para emprendedores

Duración: 8 semanas

Modalidad: Autogestionado

Descripción del Curso:

Este curso proporciona habilidades críticas para la creación y gestión de contenidos en redes sociales. Aprenderás a establecer y gestionar una presencia en redes sociales, crear publicaciones eficaces, y construir una marca sólida. Además, desarrollarás un proceso continuo para la gestión de contenidos, que incluye la creación de un calendario de contenidos, la moderación de publicaciones, el análisis de datos, y la optimización del rendimiento.

Objetivos del Curso:

- Establecer y gestionar una presencia en redes sociales.
- Crear y optimizar páginas de empresa en Facebook e Instagram.
- Desarrollar una estrategia de contenidos efectiva.
- Definir y mantener una marca, tono y voz coherentes.
- Gestionar un calendario de contenidos.
- Moderar y gestionar la comunidad en redes sociales.
- Analizar datos para optimizar el rendimiento de las publicaciones.
- Aplicar los conocimientos adquiridos en un proyecto práctico de gestión de contenidos.

Contenido del Curso:

1. Introducción al Community Management
 - Definición, importancia y responsabilidades del Community Manager.
 - Actividad: Cuestionario sobre conceptos básicos.
2. Creación de Presencia en Redes Sociales
 - Cómo crear páginas de empresa en Facebook e Instagram.
 - Actividad: Creación y optimización de perfiles.
3. Estrategia de Contenidos para Redes Sociales
 - Definición de objetivos, audiencia y tipos de contenido.
 - Actividad: Desarrollo de una estrategia de contenidos.
4. Creación de Marca, Tono y Voz
 - Definición y ejemplos de marcas exitosas.
 - Actividad: Establecimiento de marca, tono y voz para una empresa ficticia.
5. Gestión de un Calendario de Contenidos
 - Importancia y herramientas para la gestión de contenidos.
 - Actividad: Creación de un calendario de contenidos semanal.
6. Moderación y Gestión de la Comunidad
 - Técnicas de moderación, fomento del engagement y gestión de crisis.
 - Actividad: Escenarios prácticos de moderación y gestión de crisis.
7. Análisis de Datos y Optimización de Contenidos
 - Herramientas de análisis y métricas clave.
 - Actividad: Análisis de datos ficticios y propuestas de mejora.

8. Aplicación Práctica y Proyecto Final

- Síntesis de los conceptos aprendidos.
- Actividad: Proyecto final aplicando todos los conocimientos adquiridos.

Evaluación Final:

El curso culmina con un examen final en Google Forms, autocorregible, que abarca todos los temas del curso para asegurar la comprensión y aplicación de los conceptos.

Dirigido a:

Emprendedores y profesionales que desean aprender a crear y gestionar una presencia empresarial en redes sociales. No se requiere experiencia previa en marketing, solo conocimientos básicos de navegación por Internet y un deseo de participar y conectar en redes sociales.