



wibel

Community manager

Curso Online

Fecha de Inicio



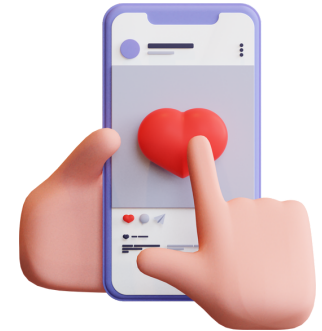


Contexto del programa

Para que una empresa siga siendo eficaz y de buenos resultados a la hora de comunicar y responder a través de las diversas plataformas digitales (Redes Sociales) a las demandas de un cliente o usuario, surge la figura del Community Manager como el articulador entre la empresa y los usuarios/demandantes de algún bien, que a su vez pone en prácticas las estrategias de marketing y comunicación.

Objetivo del programa

- Manejar y explorar herramientas de generación de intereses para crear contenidos acordes al mercado digital.
- Uso de herramientas digitales para la gestión de las redes sociales: Facebook e Instagram
- Conocer y aplicar la importancia del análisis de la analítica de redes sociales. (Análisis de campañas, resultados estadísticos).



Temario referencial

1.El consumidor digital

- 1.1. Características del consumidor digital
- 1.2. Crecimiento y evolución del contexto del consumidor digital
- 1.3. Consumidor digital boliviano (contexto post pandemia COVID-19)
- 1.4. Nuevas tendencias digitales: Estudio de caso: El Auge 2022, documento de nuevos desafíos para hacer Marketing, Facebook y Google.

2.Community Manager

- 2.1. Quien y que hace – Rol en una empresa.
- 2.2. Características y habilidades
- 2.3. Qué tipo de herramientas a nivel técnico debería aprender y manejar

3.Creación y manejo de herramientas para contenidos

- 3.1. Herramientas para crear contenidos: Exploración de Facebook ADS, Google Trends, Uber Suggest, Google Analytic,
- 3.2. Tipos de contenidos: Heroe, Hub, Help y Evergreen Ejemplos.
- 3.3. Sistematización de información (contenido) acorde a necesidades para crear contenido de valor: Modelo análisis GAP Practico
-Plantilla de análisis de contenidos según exploración de las plataformas en Facebook ADS, Google Trends, Uber Suggest y Google Analytic; Modelo GAP. (Ejercicio: Crear contenido de campaña para una marca a su elección, usando el ejemplo dado en clase).

4.Formatos de anuncios y tipo de publicidad

- 4.1. Tipos de anuncios en redes sociales: Facebook e Instagram; contenidos educativos, de ventas, de orientación, posicionamiento, etc.
- 4.2. Formatos de anuncios; Video, Arte, stories, carrusel etc.
- 4.3. La importancia de medidas de los formatos: Fotos, videos, carrusel, etc.
- 4.4. Cronograma de posteo y creación de calendario de actividades/campañas.
Práctico
- Cronopost / creación de un formato de posteo
- Creación de un calendario de actividades festivas y campañas estratégicas

5.1. Facebook e Instagram ADS

- 5.2. Meta Business Suite: Recorrido y Funcionalidades
- 5.3. Planificador de anuncios y funcionalidades
- 5.4. Creator Studio (formato vídeo) -Derecho de autor

5.5. Análisis de campañas: Estadísticas (recorrido en creator studio)

Práctico

- Exploración de plataforma digital Meta Business
- Exploración de Planificador de anuncios
- Exploración de Creator Studio

6.1. Administrador de anuncios Facebook e Instagram

6.2. Diferencia entre cuenta comercial y cuenta publicitaria

6.3. Segmentación de grupos de intereses: compra de publicidad

6.4. Etapa y recorrido de aprendizaje de la publicidad

6.5. Importancia de las métricas para reportes de campañas: Tipos de métricas.

Práctico

- Creación de cuenta comercial y cuenta publicitaria
- Exploración de administrador de anuncio: objetivos e intereses
- Exploración y recorrido de compra de publicidad
- Formato de reporte (modelo Excel) de campañas

Nota: Al inicio de clase se solicitará al estudiante que se cree un Fan Page, sea cual fuese el objetivo que quisiera poner en práctica.

Metodología

Organización y desarrollo del curso

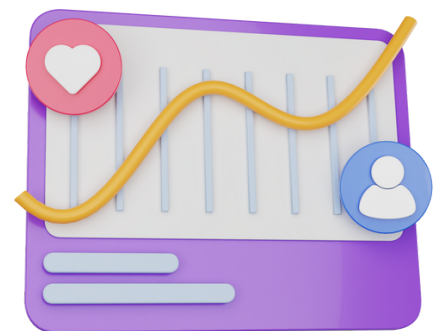
El primer día de clases se agregan a todos los alumnos inscritos, docente y administrativos en el grupo de WhatsApp del curso para coordinación entre todos y medio de comunicación directo. Por este mismo medio se comparten los enlaces de cada clase.

Las clases a nivel teórico

- Presentaciones en PPT con los contenidos de clases.
- Audiovisuales - videos

Clases a nivel práctico

- Manejo de plantillas de trabajos, llenados de las mismas.
- Exploración de plataformas digitales (como se usan o segmentan)
- Exploración de objetivo de compra de publicidad en Facebook e Instagram
- Uso de cronopost
- Uso de calendario de eventos digitales y/o campañas
- Uso de datos estadísticos para reportes.



Trabajo práctico

- Crear contenido en base a las herramientas: Google Trends, Facebook ADS, Ubersuggest.
- Presentar un calendario de eventos y/o campaña (planificación digital).
- Segmentación de una campaña usando la plataforma de Facebook e Instagram ADS. Análisis de una campaña según datos estadísticos arrojados (estudio de caso).

¿Quién puede ser parte del programa?

Estudiantes de Marketing y publicidad, Diseño Gráfico, Ing. Comercial y ventas, Administración de empresas y afines.

Ideal para emprendedores que deseen dar a conocer su marca personal o de empresa mediante las plataformas de redes sociales. Encargados de gestionar redes sociales (Community Manager) para empresas sin importar el sector en el que se desarrolle la empresa.



Beneficios

- Podrás identificar las herramientas necesarias para la generación de contenidos de acuerdo a la marca que gestiones.
- Aprender a crear contenidos de alto impacto y de calidad acorde a tu público meta.
- Gestionar y administrar herramientas digitales de redes sociales: Facebook e Instagram para la compra de publicidad y análisis estadísticos de campañas (inversión-resultados).
- Gracias a lo aprendido podrás ampliar tus habilidades y ofertar tus servicios profesionales para aumentar tus ingresos.

¿Qué incluye el programa?

- Clases en vivo por ZOOM.
- Acceso indefinido:
Grabaciones de las clases (Descargables si deseas).
Documentos digitales (Descargables si deseas).
- Certificado digital de aprobación o participación con valor curricular de 26 horas académicas, avalado por Wibel, marca oficial registrada de Grupo Belcas con matrícula de comercio e identificación tributaria: 375983023.

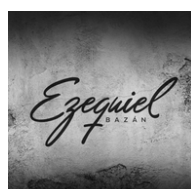
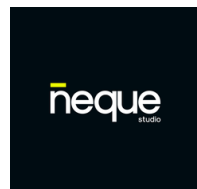


Docente

Elmy Sotelo Saldaña

Community Manager de profesión, con especialidad en Comunicación y Marketing Digital: Manejo y Gestión de compra de publicidad en Facebook ADS y Google ADS.

Profesor adjunto para la cátedra de Marketing Digital en diversas universidades locales de Santa Cruz. Profesor invitado para la cátedra de audiovisual en el Instituto de Comunicación Social Audiovisión). Asesor de marca personal en entornos digitales con líderes de opinión en influencers. Consultor en MKT Digital para PyMES y emprendedores independientes.



Cronograma de clases

Marzo/ 2023

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Abril/ 2023

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30



Duración

9 Horas reloj.



Horario

Clases los días martes, miércoles y jueves, de 19:30 a 21:00.



Modalidad

Online en vivo por ZOOM.



Fecha de inicio: 14 de marzo.

Fecha de fin: 04 de abril.

Inversión

Descripción	Precios facturados
Del 08/03 al 14/03, inscríbete al precio normal:	Bs 400
Hasta el 07 de marzo , inscríbete por pronto pago :	Bs 320
Descuento Corporativo: De 3 o más personas, inscríbete al precio por persona de:	Bs 280

Contactos e Inscripciones

Inscríbete hasta 08 de marzo inscríbete al precio de 320Bs, descuento por pronto pago.

Comparte tu comprobante digital de pago donde indique el monto, fecha y hora del pago efectuado; a uno de los siguientes contactos de WhatsApp:

- +591 78492505
- +591 78164943

O en **nuestras oficinas**: Entre 2 y 1 Anillo, Calle Prolongación Aroma, Edificio Sumuque #61, Santa Cruz de la Sierra, Bolivia.

HORARIO DE ATENCIÓN: De 08:30 a 17:30 lunes a viernes y sábados de 08:30 a 12:00

Medios de pago disponibles



Titular: BELCAS S.R.L.
Cuenta Corriente: 1948150
NIT: 375983023



Titular: BELCAS S.R.L.
Cuenta Corriente: 2000182683
NIT: 375983023



Titular: Bruno Orlando Castedo Beltrán
Cuenta de Ahorro: 10000046412130
Ci: 5843357



Tigo Money: 76070714

