

CURSOS DE ESPECIALIZACIÓN COMMUNITY MANAGER

INICIO: 18 DE OCTUBRE

COMMUNITY MANAGER

El Community Manager se ha convertido en una posición sumamente importante en el desarrollo de la estrategia digital, como gestor de las marcas en los medios sociales, sosteniendo y defendiendo las relaciones e interacciones de las mismas en el ecosistema digital. Este curso capacita al participante, aportando las herramientas que requiere este especialista quien tendrá la responsabilidad de establecer el diálogo con el público objetivo de la empresa para comunicar asertivamente los valores de la marca, conectar con las personas y capturar información relevante del mercado que sume valor al desarrollo de la estrategia del negocio.

Enfoque

El curso de Community Manager responde a la necesidad de **implementar técnicamente el proceso de comunicación diseñado por la marca**, aplicando Insights de comunicación en los espacios públicos digitales y conociendo a profundidad las oportunidades que nos brindan las plataformas desde el punto de vista comunicativo. De esta manera brinda las herramientas que necesita conocer el especialista en la gestión de las comunidades virtuales.

Hoy es clara la necesidad de las marcas de ingresar a los canales digitales de manera efectiva, lo que ha motivado que en los ecosistemas digitales se maneje correctamente los códigos de comunicación de las diferentes audiencias que componen el target: desde la determinación del rol de canales hasta la implementación de una matriz de contenidos que transfiera el **valor de la marca de una manera entretenida, pero lo que es más importante, efectiva.**

INFORMACIÓN

Duración:

8 semanas, una vez por semana.

Horario:

Los miércoles de 7:00 p.m. a 10:00 p.m. desde el 18 de octubre.

Campus San Isidro Av. Sanchez Carrión 285.

Precio general: S/. 1,400

Corporativo (3 inscritos a más): S/. 1,316

Pronto Pago (Hasta el 29 de septiembre): S/. 1,190

Precio Comunidad ISIL (-20%): S/. 1,120

Objetivos del Curso

Al finalizar el curso el participante estará en capacidad desenvolverse como Community Manager, aplicando con eficiencia los beneficios que nos ofrecen las plataformas digitales desde un punto de vista comunicativo, aplicando los códigos y símbolos que las audiencias utilizan para establecer relaciones con las marcas en la esfera interactiva.

Al finalizar el curso el participante manejará los siguientes conceptos aplicados al desarrollo de una estrategia de CM:

- / Uso adecuado de códigos para comunicarse con el Público Objetivo
- / Community Management & Social Media Marketing
- / El Rol de Canales I – Facebook
- / El Rol de Canales II – Twitter & Instagram
- / Rol Estratégico de Marcas aplicado al Community Management
- / El Rol de Canales III – Mobile & Branded Content
- / El rol del CM en el manejo de crisis en redes sociales
- / Métricas: indicadores de gestión del Community Manager

En caso de cancelación de una clase por motivos de fuerza mayor, la clase será reprogramada en la misma frecuencia (día de la semana); en tal caso el curso podría extenderse por una semana adicional.

DOCENTE

Christian Manrique



Bachiller en Periodismo por la Universidad Católica del Perú, Master in Gamification and Transmedia Storytelling, Game and Interactive Media Design por IEBS Business School, y Master in Interactive Strategies and Creativity, Digital Communication and Media/Multimedia por la Universitat Autònoma de Barcelona. Interactive Strategic Planner en Atomikal, Nativo Digital con más de 8 años de experiencia creando escenarios para generar una relación emocional entre las marcas y sus consumidores y para generar negocios a través de los espacios sociales. Ha sido también parte del equipo de Pandemia Labs, Tribal Worldwide, elmotion, Social Media Group - Phantasia Tribal DDB y Community Manager de distintas marcas. Actualmente es Ejecutivo Senior de Experiencia Digital en BBVA.