



CURSO ONLINE

COMUNICACIÓN MARKETING & COMMUNITY MANAGER

INSTITUTO DE DESARROLLO PROFESIONAL Y EMPRESARIAL



Instituto registrado en el:



**Ministerio
de Educación
y Cultura**



COMUNICACIÓN, MARKETING Y COMMUNITY MANAGER

El presente curso brinda una formación integral que incluye los conocimientos y herramientas necesarias para un eficaz desempeño en una empresa o entidad que requiera apoyo en el análisis, planificación, ejecución y evaluación de la comercialización de su producto o servicio. así como también acciones que promuevan mejoras en la gestión, desarrollo y valoración de su comunidad online

Está dirigido a personas que deseen trabajar en gestión comercial y promocional en el ámbito empresarial ya sea que cuenten o no con experiencia previa en el rubro, y a empresas u organizaciones que requieran herramientas para un eficiente manejo de sus actividades.

Objetivo General

Ofrecer una formación actualizada que promueva el mayor nivel en el desarrollo de las competencias laborales específicas con el fin de generar un efectivo ingreso en el mercado laboral formal, dentro del área de referencia.

Generar en los/as estudiantes un buen nivel de trabajo en análisis de mercado, gestión, desarrollo y evaluación de comunidades virtuales. Además de promover su interés en capacitarse de forma permanente estando actualizado a los requerimientos del mercado laboral.

Potenciar en los/as participantes las habilidades blandas que le permitan ser más competitivos en el mercado laboral, generando una mayor y mejor empleabilidad.



info@idpe.uy



097 411 349



25 de Mayo, Piso 1. Montevideo.

Objetivos Específicos

- Que los/las participantes desarrollen habilidades específicas y transversales propias sus competencias en el cargo que ocupan.
- Que los/las participantes integren herramientas que les faciliten una visión clara de lo que requiere el rol y una visión global del área, que favorezca la adquisición de competencias técnicas específicas entendiendo el eslabón fundamental que significan sus competencias en la cadena de trabajo.
- Potenciar sus procesos de aprendizaje individual y de inserción grupal y social.

Aprobación del curso

El curso se aprobará por asistencia y prueba de cierre de cada módulo.

La asistencia deberá ser igual o superior al 80% de las clases dictadas.

La prueba deberá aprobarse con un mínimo del 60% (equivalente en la escala a un 6o Bueno) del puntaje total.

Requisitos técnicos

- Conocimientos básicos de informática.
- Acceso estable a internet.
- Contar con dispositivo electrónico (celular, tablet, computadora) actualizado, con acceso a micrófono y cámara para situaciones previstas de interacción y escucha de materiales audiovisuales.
- Manejo básico de Word y Excel.

Materiales didácticos

Se le brindará a cada estudiante el material de apoyo necesario para que logre ampliar lo dictado en clases. Así como ejercicios prácticos que le permitan ir realizando una autoevaluación de sus avances.

Perfil de ingreso

- Mayores de 18 años.
- Primaria completa, preferentemente Ciclo Básico de enseñanza media completo.

Perfil de egreso

El analista en marketing tiene la función de crear, desarrollar y evaluar las estrategias de mercado, así como también medir los resultados de las estrategias de marketing dentro de una empresa o comercio. Determinan los productos o servicios a ser vendidos y la mejor forma de hacerlo.

El Community manager se han convertido en una pieza fundamental para la difusión de contenido de calidad en plataformas sociales, son los encargados de la reputación digital de las empresas, tienen la gran responsabilidad de conectar y empatizar con el público. Estos profesionales se encargan de asistir y asesorar a la empresa en lo relativo a la atención al cliente, planificación y ejecución del área comercial, en el ámbito digital, y de crear una comunidad alrededor del valor que ofrece su negocio.



info@idpe.uy



097 411 349



25 de Mayo, Piso 1. Montevideo.

Al finalizar el curso el/la estudiante tendrá la capacidad y los conocimientos para:

1. Gestionar eficientemente la comunicación online con clientes actuales o potenciales de una marca o empresa a través de las diferentes herramientas sociales.
2. Trabajar en la atención al cliente, ventas directas, indirectas, intangibles, telefónicas y a través de las TIC's (Tecnologías de la Información y la Comunicación).
3. Diseñar estrategias específicas que contribuirán a los objetivos de Social Media de la marca.
4. Colaborar en la elaboración de un plan para expandir el negocio mediante el uso de redes sociales.
5. Establecer diálogos bidireccionales, crear audiencias, humanizar la marca y generar valor.
6. Dar visibilidad a la marca en el mundo digital, mantener una adecuada reputación online.
7. Propiciar seguidores activos, que compartan, comenten y finalmente compren los productos o servicios ofrecidos.
8. Establecer relaciones con influencers del sector.
9. Analizar la actividad de los principales competidores de la marca.:
10. Identificar las tendencias del mercado y hacer seguimiento a la competencia.
11. Decidir sobre el diseño del producto/servicio en función de las necesidades del mercado y la fijación de precios.
12. Realizar un plan de Marketing adecuado a las necesidades de la empresa
13. Ejecutar eficientemente la estrategia digital de la marca.
14. Evaluar las estrategias utilizadas, actualizarlas y adecuarlas a los requerimientos de la empresa y del mercado.



info@idpe.uy



097 411 349



25 de Mayo, Piso 1. Montevideo.

CONTENIDOS

MÓDULO 1: COMUNICACIÓN

Introducción

- ¿Qué es la comunicación?
- Diferencia entre comunicación y marketing
- Emisor-receptor
- Tipos de comunicación
- Canales de comunicación con un receptor
- Medios y herramientas de comunicación.
- Objetivos de la comunicación.

Plan y campañas

- Estrategias de comunicación. ¿Qué es? ¿Para qué sirve?
- Público objetivo
- Elección del mensaje, aspectos clave a comunicar.
- Acciones a realizar
- Análisis y evaluación
- Protocolo en caso de crisis

Profesionalismo en la comunicación

- ¿Qué esperar de la comunicación?
- ¿Cómo medir los objetivos?
- El perfil de los comunicadores
- El área de comunicación

Huella digital

- Medios digitales
- Exposición en medios digitales
- Concientización de la comunicación por Redes Sociales
- Imagen de la empresa y del producto o servicio
- Acciones para potenciar la reputación y difusión positiva de la empresa, producto o servicio.
- Diferentes costumbres e intereses de las distintas generaciones
- Coherencia entre la acción y el mensaje

PRUEBA

MÓDULO 2: MARKETING

Introducción

- ¿Qué es el marketing?
- Conceptos claves del marketing.
- Variables básicas del marketing.
- Utilidad del marketing.
- Marketing de productos versus marketing de servicios.
- Definiciones - Necesidades vs deseos.



info@idpe.uy



097 411 349



25 de Mayo, Piso 1. Montevideo.

Marketing MIX

- El perfil del consumidor y la marca.
- Segmentación del mercado
- La marca
- Posicionamiento, tipos de posicionamiento
- Precio: definición, fijación de precios (internos y externos), orientación a costo, orientación a la demanda, orientación valor percibido, orientación a la competencia, punto de equilibrio.
- Distribución: Canal Directo e Indirecto, Mercados de Consumo.
- Producto: Concepto y atributos del producto: ciclo de vida (fase de lanzamiento o introducción, fase de turbulencias, fase de crecimiento, madurez y declive, extensión del ciclo de vida, análisis de la cartera de productos).
- Publicidad: Modelos de comunicación publicitaria, estrategia publicitaria, medición de efectividad, indicadores.
- Tipos de compra en marketing- comportamiento del consumidor
- Exhibición en Gondola, tipo de exhibición en cascada vs. horizontal, tienda en línea.
- Planes estratégicos y planes de marketing
- Estrategias producto-mercado y Planificación de gama.
- Estrategia de segmentación de mercados, estrategias de posicionamiento estrategias de comercialización y ventas, estrategias de comunicación.

Plan de marketing

- Plan de Marketing.
- Puntos clave del proceso.
- Conocer el entorno.
- Análisis de situación | Perspectiva interna vs. perspectiva externa.
- Decidir qué comercializar.
- Seguimiento y evaluación.

 info@idpe.uy

 **097 411 349**

 **25 de Mayo, Piso 1. Montevideo.**

Social Media Marketing

- Evolución de las Redes Sociales.
- Publicidad en redes
- Branding.
- La marca en las redes
- Marketing de Contenidos.
- Tipos de contenidos para web y redes sociales.
- (E-books, Email marketing, Whitepaper, Podcast, Vídeos, Presentaciones, Webinar, Plantillas, etc).
- Perfil psicológico de audiencias en las Redes Sociales.

PRUEBA

MÓDULO 3: COMMUNITY MANAGER

Introducción

- ¿Qué hace un community manager?
- Tareas diarias de un CM
- Glosario digital



info@idpe.uy



097 411 349



25 de Mayo, Piso 1. Montevideo.

Principios del diseño gráfico

- Fundamentos de Diseño
- Principios del Diseño
- Composición
- Formatos
- Imagen Digital
- Color
- Tipografía
- Proyectos de Fundamentos de Diseño
- Rutas Profesionales en Diseño
- Aplicación de manuales de marca a las redes sociales

El ecosistema digital

- Tipos de community managers
- No todas las redes sirven para lo mismo
- Tipos de contenidos
- Marketing de contenidos o content marketing
- Arquetipos del consumidor
- 5 tendencias a considerar en el marketing a través de Redes Sociales, personalización del contenido
- Advocates de marca
- Herramientas de planeación, publicación y gestión
- Protocolo de escalamiento, FAQ y control de crisis

Fundamentos y métricas

- Fundamentos de Instagram
- Fundamentos de Facebook
- Fundamentos de LinkedIn
- Fundamentos de YouTube
- Google, Twitter.
- Contenidos Vimeo, Google Plus, Pinterest, Slideshare.

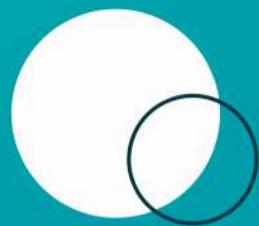
PRUEBA

 info@idpe.uy

 **097 411 349**

 **25 de Mayo, Piso 1. Montevideo.**

”

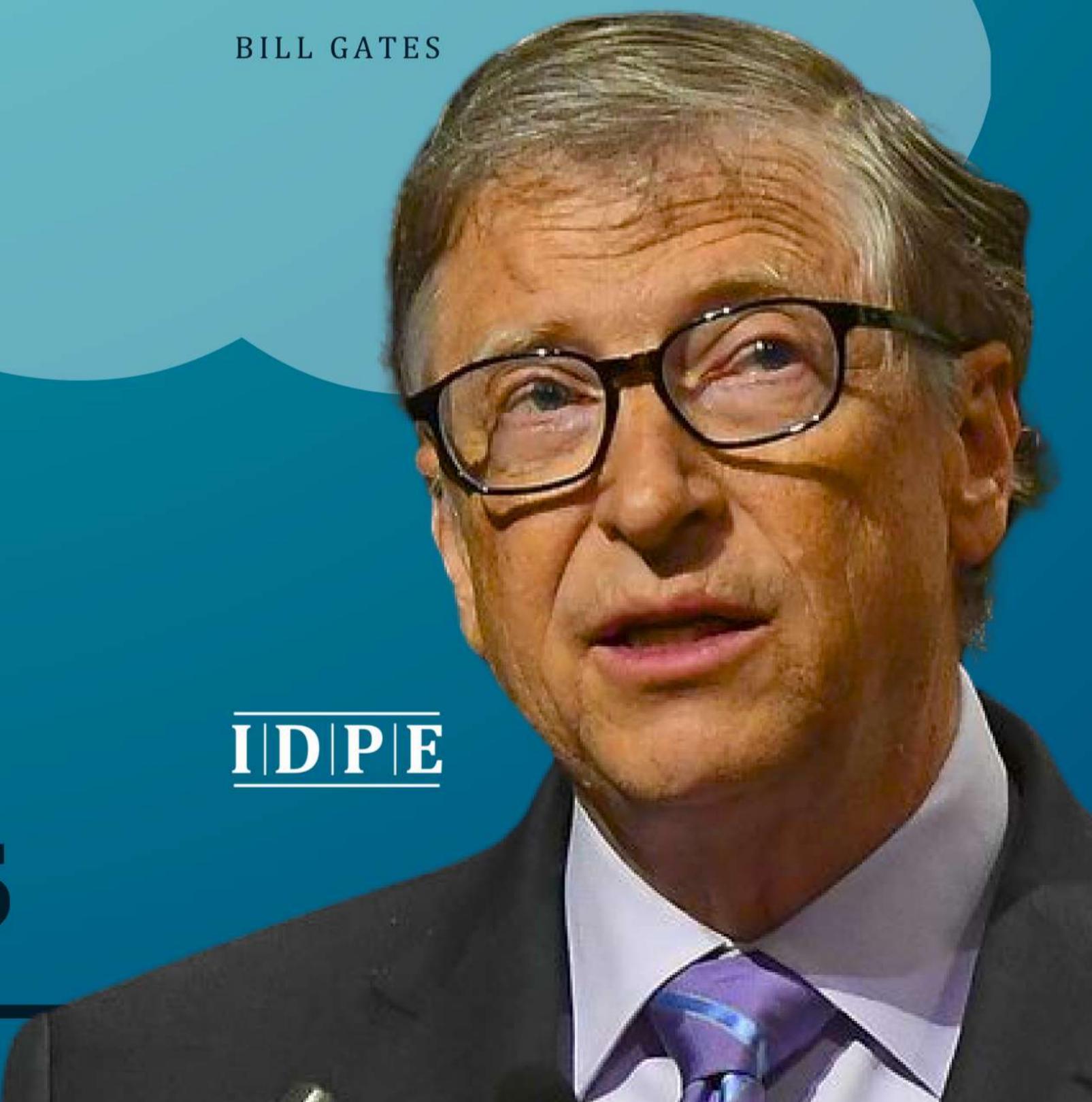


EL CONTENIDO ES EL REY.

BILL GATES

I|D|P|E

”



I|D|P|E

**INSTITUTO DE DESARROLLO
PROFESIONAL Y EMPRESARIAL**

