



Community Manager: cómo fortalecer la comunicación de tu organización



Garantiza una comunicación bidireccional efectiva, comprendiendo y conociendo a tu comunidad virtual, y gestiona la imagen de tu organización potenciando la reputación de la marca mediante la incorporación de estrategias y tácticas digitales de vanguardia.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

- Identificar, clasificar y conocer a usuarios y comunidades virtuales
 - Participar en conversaciones en redes sociales generadas por contenidos apropiados
 - Analizar cómo las redes sociales han transformado las relaciones públicas y la comunicación organizacional
 - Implementar manuales de uso, estilo y reputación de la organización para las redes sociales
 - Aplicar las herramientas de la comunicación estratégica para redes sociales

PERFIL DEL PARTICIPANTE

Profesionales del área de comunicación, relaciones públicas y mercadeo, interesados en liderar las redes sociales de una organización, empresa o marca personal que deseen mejorar la gestión de comunicación en social media.



¿QUÉ APRENDERÁS?

Gestionarás de forma efectiva la comunicación organizacional en redes sociales.

Fundamentos de la comunicación organizacional

- Características de los medios masivos. Comparación entre medios actuales y tradicionales. Elementos del *community management*.

Mapa de públicos

- Mapa de stakeholders. Mapa de actores influyentes. Mapa de empatía

Estrategias de comunicación en redes sociales

- Estrategias de *social media*. Objetivos de comunicación. ROIS

Generación de contenidos

- Estrategias para trazar una estrategia de conversación

Ciclos de participación

- #### • Ciclo de participación

PROFESORES



Valentina Urdaneta

Especialista en comunicación digital, creación y gestión de contenidos. Asesora de relaciones públicas y captación de fondos para organizaciones sin fines de lucro. Gerente de Comunicación corporativa del IESA. Profesora invitada del IESA en el área de Comunicaciones, Gerencia de Crisis en el Programa Avanzado de Gerencia y de Responsabilidad Social en la Maestría en Administración. Magíster en Comunicación Organizacional, UCAB



Isbelt Venegas

Especialista en estrategias de redes sociales, marketing de contenido, marketing digital y manejo de crisis reputacional online. Asesor de comunicación digital para marcas en Venezuela, España, Miami y Panamá. MBA en Marketing Digital en Fundesem Business School Alicante, España

Este curso ofrece una perspectiva distinta de comunicación en entornos virtuales. Se trata entender quiénes interactúan con nosotros en redes sociales, conocer sus preocupaciones, ambiciones, necesidades, relaciones y digital day, y así poder transformarlos en colaboradores activos para una organización. Buscamos que los participantes entiendan la importancia de crear una estrategia basada en objetivos y metas de negocio. Por último, queremos cambiar el paradigma de que la organización es la protagonista para darle así poder a los usuarios. Valentina Urdaneta

Artículo *La segmentación de los medios sociales en América Latina*

Las redes son diversas y cada una atiende diferentes necesidades. Como es baja la exclusividad del usuario, las empresas deben utilizar varias plataformas para satisfacer las expectativas de los clientes, sin ir al extremo de estar en todas.

Carlos Jiménez

<http://www.debatesiesa.com/la-segmentacion-de-los-medios-sociales-en-america-latina/>

 DURACIÓN

6 semanas

 MODALIDAD

Virtual

 LUGAR

Aula Virtual IESA

 INCLUYE

Certificado de asistencia

 FECHA

Fecha por definir

 INVERSIÓN

\$ 130

Pronto pago: 5% de descuento
(una semana hábil antes del curso).

Precio por grupo: hasta 4 personas 5%
de descuento; de 5 personas en
adelante 10% de descuento.

Precio egresados: 15% de descuento.
no aplican descuentos por volumen



¡ACELERAMOS TALENTOS!

Solicita mayor información:

📞 +507 3063710 / +507 6305 3678 📩 info@iesa.edu.pa

www.iesa.edu.pa

🐦 @iesa

🌐 iesapanama

📷 @iesapanama

Ciudad de Saber, Edif 120 Clayton, Panamá

