

# COMMUNITY MANAGER

2018/2019



ESCUELA DE PUBLICIDAD

[www.theatomicgardensd.com](http://www.theatomicgardensd.com)



# PRO -GRA -MA

## **DÍA 1. INTRODUCCIÓN Y EVOLUCIÓN**

1. Origen
  - Del fotolog a Instagram
  - Evolución de las plataformas
  - Madurez de la audiencia
2. Roles Profesionales
  - Community Manager
  - Social Media Manager/Strategist
  - Social Media Specialist

3. Integración
  - En agencia
  - En cliente
  - En plan de medios
  - El punto de vista de la agencia.

## **DÍA 2. PLANES Y ESTRATEGIAS**

1. El punto de vista del cliente
  - Necesidades y elaboración de briefing
2. Cómo preparar contrabrief y presentar un plan de social media al cliente

### **DÍA 3. CONTENIDO (I)**

1. Liquid Content: El valor del buen concepto. Cómo adaptar campañas y crear conceptos multiplataforma
2. Contar historias en 140 caracteres.
3. Dirección de Arte en Redes Sociales.

### **DÍA 4. CONTENIDO (II)**

1. Surfing conversation: Real Time Marketing
2. Implicaciones legales en RRSS
  - Derechos de contenidos
  - Ambush marketing
  - Endorsement digital
  - Pautas para desarrollar legalmente concursos y eventos

### **DÍA 5. CONVERSACIÓN (I)**

1. Atención al cliente. La parte menos creativa pero más necesaria
2. Del troll al fan. La mano izquierda digital.
3. Gestión de crisis:
  - Protocolo
  - Pasos a seguir
  - Impacto y reporte

### **DÍA 6. CONVERSACIÓN (II)**

1. Patrocinios y eventos
  - Amplificar un patrocinio en digital.
  - Mecánicas para llevar tráfico a un evento presencial.
  - Crear contenidos en eventos.
  - Narración en directo (Streaming & Live Tweeting).
  - Segunda Pantalla

## **DÍA 7. MEDIOS PAGADOS**

1. Formatos en Facebook, Twitter, Youtube e Instagram.
  - a. Leads
  - b. Venta
2. Segmentación: Divide y vencerás.
  - Global Best Practices

## **DÍA 8. INFLUENCERS & YOUTUBERS**

1. Influencers: Qué es un influencer y qué no.
  - Herramientas de medición
  - Integraciones de éxito
2. Youtubers: Esa especie.
  - Estudiamos audiencias, contenidos
  - Cómo crear colaboradores de éxito.

## **DÍA 9. BRANDED CONTENT & BRANDED ENTERTAINMENT**

### MÚSICA & SOCIAL MEDIA

### VENDER SIN QUE SE NOTE

1. Cómo integrar contenidos a través de:
  - Influencers
  - Native Ads

## **DIA 10. PROPIEDAD INTELECTUAL**

- Aspectos de propiedad intelectual en publicidad
- Aspectos a considerar en el uso de las redes sociales
- Derechos del consumidor en Publicidad

# DO -CEN -TES

## JEFA DE ESTUDIOS

Erika Valenzuela  
Social Media Specialist

Alfonso Alvarez  
Creativo  
*Young & Rubicam*  
*Damaris*

Rafael Ñique- Sang  
Director Creativo y  
Fundador  
*MOM Agencia Digital*

Juan Isidro Acevedo  
*Mullen Lowe*  
*Interamérica*

Alicia Puello  
Gerente de  
Comunicación  
Institucional  
*Banco BHD León*

Angeannette Tejeda  
Propiedad Intelectual  
e Industrial  
*OMG*

Cliente Invitado

## PRECIO

Precio del curso: US\$350

## FINANCIAMIENTO DEL CURSO

Puedes obtener crédito educativo través de nuestros aliados FUNDAPEC y Banco Santa Cruz. Llámanos y te ayudamos a conseguirlo.

## REQUISITOS DE MATRICULACIÓN

Si quieres matricularte escríbenos y te enviamos a tu correo el formulario de inscripción y para formalizar tienes que enviarnos a [voy@theatomicgardensd.com](mailto:voy@theatomicgardensd.com) la siguiente documentación:

- Comprobante de pago o de depósito
- Formulario de inscripción
- Cédula o pasaporte (scan o foto)
- Foto reciente

## DURACIÓN Y HORARIOS DEL CURSO

El curso tiene un total de 27 horas lectivas.

### Horario de clases\*

Lunes, miércoles y jueves  
7.00 PM a 10.00 PM

### Horario de la escuela para trabajo individual

De lunes a viernes  
de 10.00 AM a 9.00 PM

\* Las clases están sujetas a cambios de horario ya que los profesores son profesionales en ejercicio

## CONDICIONES DE PAGO

El pago debe hacerse mediante transferencia bancaria.

### Nuestro número de cuenta es:

Banco Santa Cruz  
1 104 100 001291 1  
Titular: Saledu & Mirra SRL

### Para transferencia en dólares:

Banco Santa Cruz  
2 104 202 001687 9  
Titular: Saledu & Mirra SRL

Aceptamos pagos con VISA  
La participación en nuestros cursos será tras haber realizado el pago del curso. La normativa de la escuela impide asistir a los cursos antes de haber formalizado la matrícula.

Además, las reservas de cupo sólo son posibles con el pago del curso correspondiente.

Los alumnos de la escuela se beneficiarán gratuitamente de los servicios habituales de la biblioteca, ordenadores y de todos los elementos educativos de la escuela

## DEVOLUCIONES

Una vez abonada la matrícula del curso no se podrá devolver el importe de la misma, por lo que le rogamos que lean con detenimiento nuestras condiciones de matriculación antes de formalizar la inscripción.

The Atomic Garden Santo Domingo se reserva el derecho a cancelar el curso que no haya alcanzado el número mínimo de alumnos para poder realizarlo.



ESCUELA DE PUBLICIDAD

preguntame@theatomicgardensd.com  
+829 732 1965  
wp +809 702 3391

Galeria 360, Av. John F. Kennedy  
[www.theatomicgardensd.com](http://www.theatomicgardensd.com)

 @theatomicgardensantodomingo

 @theatomicgardendo

 @atomicgardendo

 @tagsantodomingo