

COMMUNITY MANAGER

2018/2019



ESCUELA DE PUBLICIDAD

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 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.

Nuestros números de cuenta son:

Banco Santa Cruz

1 104 100 001291 1

Titular: Saledu & Mirra SRL

Banco Popular

Cuenta Corriente

0811853241

Titular: Saledu & Mirra SRL

Para transferencia en dólares:

Banco Santa Cruz

2 104 202 001687 9

Titular: Saledu & Mirra SRL

Aceptamos pagos con
VISA y MASTER CARD.

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

 @theatomicgardensantodomingo

 @theatomicgardendo

 @atomicgardendo

 @tagsantodomingo