

Gestión de Redes Sociales y Marca Personal

COMUNICACIÓN, MARKETING DE MARCAS Y PERFIL DIGITAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA:
SANTIAGO ZUCCHERINO
Y JUAN MARENCO

PROGRAMA
ABIERTO

DURACIÓN
7 SEMANAS

CURSADA
LUNES Y MIÉRCOLES
DE 18 A 20H

MODALIDAD
DE CURSADA
ONLINE

Dicen que el siglo XX es un accidente en la historia de la comunicación: fue el único siglo donde la relación emisor-receptor no estuvo mediatizada gracias a los medios masivos como la TV y la radio. Las redes sociales, la publicidad digital, el Big Data y la inteligencia artificial están revolucionando la forma de comunicarnos y de hacer negocios digitales. Como consecuencia de este cambio, las organizaciones, marcas, personas y medios de comunicación se han decidido a profesionalizar el área incorporando nuevos roles dentro de sus equipos.

El *social media manager* y el *community manager* son las personas encargadas de idear, gestionar y dinamizar la estrategia de comunicación y la relación con la comunidad de usuarios en internet. Ambos roles han adquirido el protagonismo en las áreas de Marketing y Comunicación de las organizaciones y hoy también sobre las personas.

Este programa busca desarrollar las habilidades digitales para su implementación en el propio negocio o marca personal, o bien para ocupar roles gerenciales dentro de empresas que buscan la idoneidad en la gestión.

MÓDULO 1 | EL MUNDO *ONLINE*: ESCENARIO Y ÚLTIMAS TENDENCIAS

- › El ABC de las redes sociales. La nueva cultura digital, millennials, Small y Big Data.
- › Tendencias digitales y el futuro digital.
- › Redes sociales en la Argentina y el mundo: estado de internet, las redes en la Argentina y Latinoamérica.
- › Creatividad e innovación en el mundo *online*: negocios 4.0 pensados a partir de la creatividad y la innovación.

MÓDULO 2 | EL PLAN DE MARKETING DIGITAL Y HERRAMIENTAS DIGITALES

- › El brief: sus partes. El desafío para las agencias y para el cliente.
- › Bases de la creación de contenido en YouTube, Tik Tok, Instagram reels, WhatsApp y todos los medios sociales para el logro de nuestros objetivos de negocio.
- › Principios de los algoritmos y la inteligencia artificial.
- › *Social media marketing plan*: cómo utilizar estas redes a favor de nuestras marcas y objetivos.
- › Herramientas clave para una correcta administración de nuestros perfiles sociales.

MÓDULO 3 | CULTURA DE LA INFLUENCIA Y MARCA PERSONAL

- › Economía de la reputación: qué es la reputación hoy y como genera o destruye personas y marcas.
- › El rol de la intimidad y la privacidad. El fin de los límites: marca vs. empresa, marca vs. persona.
- › El mundo de la comunicación hoy, dónde estamos parados y a dónde vamos.
- › Influencers: qué son, cómo trabajan, cómo se comportan frente a las marcas. Por qué hoy somos todos influencers.
- › Ética y estética de los contenidos *online*. Casos.

MÓDULO 4 | ARMADO Y MEDICIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN REDES SOCIALES

- › Armado de campaña en Facebook e Instagram Ads.
- › Mejores prácticas en el mundo de la publicidad en redes sociales. Casos de éxito y aplicaciones prácticas en nuestros negocios.
- › Métricas e interpretación de índices de performance en las redes sociales.

METODOLOGÍA

Se trabajará a partir de un enfoque teórico-práctico con el objetivo de brindarle al participante herramientas y experiencias que puedan servirle para la elaboración, supervisión, gestión y mejoramiento de planes y estrategias aplicables al mundo digital.

AUDIENCIA

Todos aquellos que quieran sacar el máximo provecho de sus redes sociales. Profesionales de diferentes áreas y emprendedores que buscan entender y perfeccionar sus habilidades de gestión, implementación y supervisión de acciones de marketing en el mundo digital y en las redes sociales. Emprendedores, community managers, gerentes de marketing y todos aquellos que quieran gestionar o supervisar la ejecución de planes y acciones *social media*.

CUERPO DE PROFESORES

Santiago Zuccherino. Magíster en Marketing, UdeSA. Licenciado en Administración, UBA. Advanced Leadership Training, Haggai Institute (Estados Unidos). Especialista en Marketing, Branding y Comunicación Online. Director de Digital & Social Media, Quadro. Exdirector, Ogilvy & Mather. Profesor de posgrado en UTDT. Autor de *Social Media Marketing* (Editorial Temas. 2016).

Juan Marengo. Licenciado en Sistemas, Universidad CAECE. Graduado en Periodismo, Instituto Grafotécnico (Buenos Aires). Publicitario digital y profesor universitario. Director general de Be Influencers, donde realiza campañas para marcas como TNT, Warner Channel, Cartoon Network, Granja del Sol, Chococrunch, Aeroméxico y Microsoft, entre otras. Fue presidente de e4, donde estuvo a cargo del diseño de estrategias digitales y lideró los departamentos creativos, de redes sociales y de medios para clientes como Havanna, Hileret, TRESemmé, St Ives, Hush Puppies, Veritas, Summit Agro, Granja del Sol, Cocinero y Molinos, entre otros.

Informes

📞 (+54 911) 3919 0747

📞 (+54 11) 5169 7342

✉️ admisiones_negocios@utdt.edu