

Curso de Herramientas para la administración de redes sociales		
Modalidad:		
Virtual		
Cantidad de participantes:		
Mínimo: 20 Máximo: 30		
Identificación sectorial de los destinatarios:		
Comerciantes, emprendedores/as y estudiantes avanzados.		
Requisitos específicos para realizar el curso:		
Lectoescritura y manejo de PC o teléfono.		
Docente a cargo del dictado:		
Apellido	Nombre	Correo Electrónico
Sánchez	Iván	ivan@vientosdecine.com.ar
Fundamentación		
<p>Los tiempos actuales nos llevan a comunicar sin presencia física y comunicar la inmediatez, la idea de esta capacitación se basa fundamentalmente en delinear ideas comunicacionales en formatos de redes y sus diferencias.</p> <p>La idea de este curso es aprender las estrategias y técnicas necesarias para manejar de manera efectiva tus redes sociales o la de tus potenciales clientes.</p> <p>Desde la creación de perfiles y la gestión de contenido, hasta el análisis de métricas y la implementación de estrategias de crecimiento. Pasando por la lógica algorítmica de las redes sociales y las herramientas que nos ayudan a mejorar la productividad.</p> <p>El curso está centrado en la comunicación más que en la técnica informática. Es decir, la forma de presentar y mantener un perfil en redes sociales para ganar notoriedad y presencia en estas plataformas.</p>		
Objetivos		
<ul style="list-style-type: none">• Diferenciar estilos de canales de comunicación para cada red.• Comunicar a quien y como según el perfil de la red.• Contribuir a la formación de Oficios Digitales.		
Contenido		

1) Historia y panorama actual de las plataformas de comunicación digital.

Instagram, Facebook, X, Threads, YouTube, TikTok, Twitch: ¿De dónde vienen y hacia dónde van las plataformas sociodigitales? ¿Para qué se usan y cómo? Iniciamos el curso conociendo en profundidad el entorno en el que se desarrolla el oficio. Una por una, las plataformas más utilizadas y particularidades de cada una.

2) Optimización

La presentación de los perfiles de usuario en estas plataformas es vital para la “Primera impresión” de nuevos visitantes y como factor de fidelización de quienes ya nos conocen y siguen. Imagen de perfil, marca, lenguaje y formas de interactuar serán parte del temario de la clase.

3) Estrategia Ningún desarrollo a mediano y largo plazo puede tener éxito sin una correcta

Planificación. La comunicación en plataformas sociodigitales no son la excepción. En esta clase se profundizará en las nociones de calendarización y propuestas de contenidos para sostener en el tiempo. Ejercicios para hacer de un plan, la mejor manera de trabajar para analizar los resultados.

4) Contenido

Los contenidos con la materia prima con la que trabajamos en estas plataformas. En este encuentro analizaremos los distintos formatos, requerimientos técnicos y usos habituales que tengan concordancia con la estrategia propuesta en la clase anterior.

5) Audiencias

¿Quién nos ve y qué espera de nosotros? A la hora de comunicar, tenemos un receptor y debemos conocer y analizar sus expectativas para ser exitosos en la forma de llegarles. Para ello, y con las nociones de planificación y tipo de contenidos, veremos técnicas para comunicar mejor nuestro mensaje.

6) Estadísticas

Analizar los resultados logrados en base a nuestros objetivos y estrategia propuestos es una parte central del oficio. Para eso, veremos cómo las plataformas nos entregan información cuantitativa de nuestros esfuerzos y cómo utilizarlas a nuestro favor.

7) Herramientas y Automatización

Las plataformas vistas en la primera clase no son las únicas herramientas para trabajar en ellas. Existen muchas complementarias que nos ayudan a mejorar nuestra propuesta: CapCut, InShot, Canva y hasta Inteligencia Artificial.

8) Publicidad

Si bien para manejar correctamente la publicidad en redes sociales, se debería realizar un curso específico, veremos nociones generales de diferencia entre contenido orgánico y pago, segmentación y las ventajas de pagar para mejorar la presencia de nuestro contenido.

Metodología

Se realizarán 8 clases virtuales, con actividades prácticas asincrónicas.

Resultados esperados

Provisión de herramientas de gestión de las redes sociales para mejorar la comunicación orientadas a la comercialización de productos y/o servicios de trabajadores por cuenta propia.

Cronograma

Miércoles de 19:00 hs a 21:30 hs. Empieza el miércoles 17 de abril.

Criterios de aprobación y acreditación: % asistencia, modo de evaluación, etc.

Acreditar el 80% de asistencia a las clases presenciales y aprobación de las consignas de trabajo de cada módulo como así también el trabajo integrador final.

Arancel

Gratuito.