

GESTIÓN DE REDES SOCIALES - Community Manager

1. Definición de la carrera y del rol

El Community Manager se instala como protagonista en las redes sociales y es quien maneja la estrategia de marketing, comunicación y contenidos de todo tipo de empresas y perfiles que buscan presencia en las redes.

2. Principales actividades profesionales

- Gestión de la comunicación en los medios sociales.
- Monitorización de la marca.
- Escucha activa.
- Análisis de la competencia.
- Capacidad de redacción.
- Crear contenido (de valor).
- Crear y mantener una comunidad.
- Generar empatía.

3. Algunas asignaturas importantes del plan de estudio

- Marketing.
- Estrategias digitales.
- Comunicación.
- Redes Sociales.
- Gestión de plataformas.

4. Campo ocupacional

El Community Manager tendrá como principal responsabilidad construir comunidades y lazos en torno a las marcas en las distintas plataformas y productos que maneje la empresa o persona, anticipando tendencias, generando contenidos, publicaciones y análisis de las estrategias elegidas, en tiempo real y en un entorno complejo y competitivo, para que el perfil en cuestión sea más visible y visitado en las redes sociales.

5. Intereses necesarios para el aprendizaje y desempeño del rol

- Por el marketing digital.
- Por la creatividad y capacidad de generar contenido original.

ÁREA/S:

Comunicacional

Artístico Plástica

6. Algunas instituciones donde se dicta:

Centro de Formación Profesional de la ciudad de Mercedes – *Consultar ofertas disponibles cada año*

Escuela Argentina de Negocios (*Privada*)

UCES- Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (*Privada*)

ISEC- Instituto Sudamericano para la Enseñanza de la Comunicación (*Privada*)

Instituto Tecnológico Autónomo del Litoral (*Pública*)

Instituto Ferrer (*Privada*)

Academia Numen (*Privada*)

CoderHouse (*Privada*)