Community management 2.0

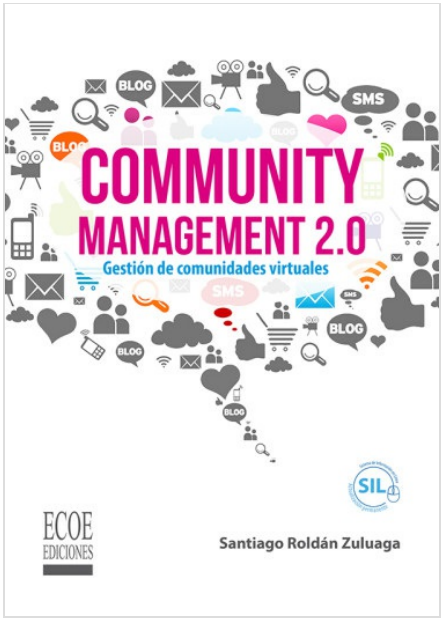
Gestión de comunidades virtuales

Autor

Santiago Roldán Zuluaga

Sinopsis

El reto de toda empresa en el escenario digital es uno solo: cómo trascender y consolidar una audiencia. Hoy por hoy las áreas de mercadeo han abierto paso a un nuevo profesional que aplica las estrategias del mundo brick (ladrillo) al mundo click (interactivo), el community manager, quien por medio de contenidos y análisis de métricas hace seguimiento a los cambios de opinión y necesidades de la audiencia en redes sociales. Su objetivo final es posicionar la marca en internet y establecer canales de información eficientes entre la empresa, clientes y consumidores. Este libro presenta a los lectores los conceptos y actividades que rodean a la profesión del community manager y les da una visión gerencial de este nuevo profesional de la comunicación y el mercadeo. En este sentido, el autor analiza alcommunity manager como gestor estratégico de la comunicación de marca y parte integral de la estrategia de mercadeo corporativa; expone casos de consolidación de ecosistemas digitales en marcas nacionales y extranjeras; presenta una clasificación de las redes sociales; y describe la importancia de las métricas en la definición de índices de desempeño en redes sociales.Estudiantes y profesionales de Mercadeo, Administración, Comunicación Social, Publicidad y Diseño Gráfico con interés en mercadeo digital y redes sociales tienen en este libro un valioso texto guía sobre un perfil profesional cuya demanda está creciendo en diversos sectores de la economía.



Impreso

Año de publicación: 2016

Presentación: Libro de tacto blando (Tapa blanda o Bolsillo)

Tamaño: 24 x 17 cm

Número absoluto de páginas: 236 Páginas

Número de páginas previas al contenido principal: 24 Páginas

Número de páginas del contenido principal: 196 Páginas

Número de páginas posteriores al contenido principal: 16 Páginas

ISBN13: 9789587713343

$38.000 COP

SR

Sobre el autor

Santiago Roldán Zuluaga

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

E-Book

Año de publicación: 2016

Presentación: EPUB (Digital: descarga y online)

Número de páginas orientativo de un producto digital: 238 Páginas

ISBN13: 9789587713350

$39.000 COP

E-Book

Año de publicación: 2016

Presentación: PDF (Digital: online)

Número absoluto de páginas: 238 Páginas

ISBN13: 9789585080317

$39.000 COP

IBD

Año de publicación: 2016

Presentación: Tapa blanda o Bolsillo

Tamaño: 24 x 17 cm

Número absoluto de páginas: 236 Páginas

ISBN13: 9789587713343

$25.000 COP

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen



Palabras clave

Community management; Gestión de comunidades; Marketing digital; Audiencia digital; Redes sociales; Mercadeo; Estrategia digital; Engagement; Marketing de contenidos

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen