

Community Manager (20 horas)

Haga que su empresa se posicione al frente de su sector en la red gracias a las nuevas tecnologías que un community manager tiene a su alcance.

Duración: 20 HORAS

Dirigido a: A todas aquellas personas que quieran aprender a gestionar la reputación de la marca en los canales web 2.0 y en las comunidades online

Los objetivos que persigue este curso son: Establecer las pautas para que las empresas incrementen los beneficios que obtienen del uso de Internet mediante la aplicación de técnicas que mejoren sus comunicaciones, la captación y fidelización de clientes, la búsqueda de información, el análisis de la competencia, el posicionamiento de la empresa, la marca y sus productos o servicios, etc.

Conocer las Redes Sociales desde un punto de vista empresarial y como tener presencia en canales 2.0.

Medir la rentabilidad de las estrategias en Redes Sociales.

Conocer como promocionar las ventas mediante el uso de las principales Redes Sociales (Facebook, Twitter, YouTube, ...).

Aplicación de técnicas de marketing mediante el uso del marketing mobile y el marketing viral.

Módulos:

1 Consideraciones generales	3 Medición de la estrategia en Redes Sociales
1.1 Definición de Redes Sociales	3.1 Introducción
1.2 Concepto de marketing-mix	3.2 Definir el objetivo
1.3 Integración de las Redes Sociales	3.3 Monitorización
1.4 Tipos de Redes Sociales	3.4 Plan de contingencia
1.5 Bases del marketing en las Redes Sociales	3.5 Herramientas para el análisis del Social Media
1.6 Cuestionario: Consideraciones generales	3.6 Cuestionario: Medición de la Estrategia en Redes Sociales
2 Organización del trabajo en Redes Sociales	
2.1 Introducción	4 Uso de las principales Redes Sociales
2.2 Escuchar	4.1 Facebook
2.3 Planificar la estrategia	4.2 Twitter
2.4 Crear compromiso	4.3 Vídeo marketing en YouTube
2.5 Medir y evaluar	4.4 Estrategias en YouTube para generar tráfico en su página web
2.6 Definir una rutina	4.5 LinkedIn
2.7 Cuestionario: Organización del trabajo en Redes Sociales	4.6 Cuestionario: Uso de las principales Redes Sociales

5 Valoración de los contactos en las Redes Sociales	7.8 Cuestionario: Éxito y errores en Social Media
5.1 Cuánto vale cada fan de la página Facebook	8 Otras aplicaciones de marketing en Social Media
5.2 Cuánto vale cada seguidor de Twitter	8.1 Marketing mobile
5.3 Cuestionario: Consideraciones generales	8.2 Qué es el Marketing viral
6 La necesidad de crear un blog	8.3 Cómo funciona el Marketing viral
6.1 Introducción	8.4 Elementos de una estrategia del Marketing viral
6.2 Selección de la plataforma de blog	8.5 Técnicas de Marketing viral
6.3 Plugins recomendados para usar con Wordpress	8.6 Elementos que componen una campaña de Marketing viral
6.4 Explotación del blog corporativo	8.7 Ingredientes que potencian un mensaje de Marketing viral
6.5 Trucos para potenciar la visibilidad del blog	8.8 Cómo construir un mensaje viral eficaz
6.6 Cuestionario: La necesidad de crear un blog	8.9 Cuestionario: Otras aplicaciones de marketing en Social Media
7 Éxito y errores en Social Media	9 Community manager
7.1 Introducción	9.1 Definiciones
7.2 Estrategia de blogging	9.2 Perfil y funciones específicas del Community Manager
7.3 Presencia en Facebook	9.3 Las 7 Ces del Community Manager
7.4 Presencia en Twitter	9.4 Cuestionario: Community manager
7.5 Presencia en YouTube	9.5 Cuestionario: Cuestionario final
7.6 Resumen caso de éxito	
7.7 Errores de gestión de la reputación en Redes Sociales	

El alumno marca su propio ritmo y en función de, tanto su nivel de partida, como su capacidad de aprendizaje, conseguirá finalizar antes el curso.

La duración descrita en horas es sólo una estimación, ya que el alumno dispone de todo el temario desde el momento de su inscripción.

Tutorización:

El alumno dispone de un servicio de correo electrónico con un tutor de primer nivel, para la resolución de dudas sobre contenidos y/o consultas complejas.

Material:

Se trata de un material específico propio, dirigido al cumplimiento del programa y con las tareas perfectamente estructuradas.

Cada bloque formativo, en general, se compone de 4 apartados:

1. Teoría en HTML editable y descargable en formato .pdf
2. Videos reproducibles
3. Prácticas o laboratorios planteados y resueltos
4. Preguntas de autoevaluación
5. Opcional: Archivos adicionales como presentaciones gráficas y temarios adicionales relacionados.