

## COMMUNITY MANAGER

**1. Nivel/etapa al que se dirige la actividad:**

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.

**2. Horas de duración:**

20 horas. 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.

**3. Número máximo de participantes:**

ON-LINE.

**4. 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.

**5. 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:

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

### **OBJETIVOS:**

- 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.

## **CONTENIDO:**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1: CONSIDERACIONES GENERALES**

- Definición de Redes Sociales
- Concepto de marketing-mix
- Integración de las Redes Sociales
- Tipos de Redes Sociales
- Bases del marketing en las Redes Sociales
- Cuestionario: Consideraciones generales

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2: ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO EN REDES SOCIALES**

- Introducción
- Escuchar
- Planificar la estrategia
- Crear compromiso
- Medir y evaluar
- Definir una rutina
- Cuestionario: Organización del trabajo en Redes Sociales

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3: MEDICIÓN DE LA ESTRATEGIA EN REDES SOCIALES**

- Introducción
- Definir el objetivo
- Monitorización
- Plan de contingencia
- Herramientas para el análisis del Social Media
- Cuestionario: Medición de la Estrategia en Redes Sociales

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4: USO DE LAS PRINCIPALES REDES SOCIALES**

- Facebook
- Twitter
- Vídeo marketing en YouTube
- Estrategias en YouTube para generar tráfico en su página web
- LinkedIn
- Cuestionario: Uso de las principales Redes Sociales

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5: VALORACIÓN DE LOS CONTACTOS EN LAS REDES SOCIALES**

- 5.1 Cuánto vale cada fan de la página Facebook
- 5.2 Cuánto vale cada seguidor de Twitter
- 5.3 Cuestionario: Consideraciones generales

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6: LA NECESIDAD DE CREAR UN BLOG**

- Introducción
- Selección de la plataforma de blog

- Plugins recomendados para usar con Wordpress
- Explotación del blog corporativo
- Trucos para potenciar la visibilidad del blog
- Cuestionario: La necesidad de crear un blog

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7: ÉXITO Y ERRORES EN SOCIAL MEDIA**

- Introducción
- Estrategia de blogging
- Presencia en Facebook
- Presencia en Twitter
- Presencia en YouTube
- Resumen caso de éxito
- Errores de gestión de la reputación en Redes Sociales
- Cuestionario: Éxito y errores en Social Media

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8: OTRAS APLICACIONES DE MARKETING EN SOCIAL MEDIA**

- Marketing mobile
- Qué es el Marketing viral
- Cómo funciona el Marketing viral
- Elementos de una estrategia del Marketing viral
- Técnicas de Marketing viral
- Elementos que componen una campaña de Marketing viral
- Ingredientes que potencian un mensaje de Marketing viral
- Cómo construir un mensaje viral eficaz
- Cuestionario: Otras aplicaciones de marketing en Social Media

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9: COMMUNITY MANAGER**

- Definiciones
- Perfil y funciones específicas del Community Manager
- Las 7 Ces del Community Manager
- Cuestionario: Community manager
- Cuestionario: Cuestionario final