



FORMACIÓN

Catálogo de Cursos

CURSO TECNICO DE COMMUNITY MANAGER

Sector: INFORMATICA

CONVOCATORIA ABIERTA. Si está interesado en este curso, por favor, consulte las fechas.

Modalidad: ONLINE

Duración: 100.00 horas

Objetivos:

No cabe duda de la actualidad que tienen hoy día las redes sociales en el ámbito empresarial y que en poco tiempo ha aparecido una nueva profesión en el panorama de Internet, los Community Managers. Con este curso, el/la alumno/a será capaz de gestionar la imagen de una empresa en Internet y las redes sociales (elaboración y ejecución de un Plan de Reputación online), dominando las técnicas del marketing online aplicadas a la gestión de comunidades.

Contenidos:

MODULO 1. COMMUNITY MANAGER

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

- 1.¿Qué es un Community Manager y qué no es?
- 2.¿Cuáles son las tareas de las que se encarga un Community Manager?
- 3.Habilidades, Aptitudes y Actitudes del Community Manager
- 4.El día a día de un Community Manager
- 5.Evaluación de las funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager
- 6.Definir las metas de un Community Manager
- 7.Tipos de Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CASOS DE ÉXITO

- 1.Estrategias de éxito en las redes
- 2.¿Qué audiencia tienen las redes sociales?
- 3.Casos de afinidad entre marca y usuario
- 4.La marca aprende a través de la experiencia de usuario. Crowdsourcing
- 5.Marketing Viral

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REDES SOCIALES

- 1.Evolución de las redes sociales
- 2.Haz una copia de seguridad de tus perfiles en Redes Sociales
- 3.Comprueba si tu estrategia de empresa en Redes Sociales es la adecuada
- 4.Los 10 errores más frecuentes en la Gestión de Redes Sociales: Qué no hacer

UNIDAD DIDÁCTICA 4. REDES SOCIALES PROFESIONALES

- 1.Qué pasos seguir a la hora de iniciar una campaña de marketing online
- 2.Las Redes Sociales aplicadas a pequeños negocios
- 3.Cómo utilizar LinkedIn para atraer negocio a tu empresa. Cómo contactar con potenciales clientes
- 4.- Crear una página de empresa
- 5.- Estrategias de Marketing en LinkedIn

- 6.- Como encontrar clientes potenciales
- 7.Los elementos de una buena recomendación en LinkedIn
- 8.Otras Redes Sociales Profesionales. Xing

UNIDAD DIDÁCTICA 5. BLOGS

- 1.¿Qué es un blog?
- 2.- Autonomía de un blog
- 3.- Características de los blogs
- 4.El blog como herramienta de marketing en la empresa
- 5.Cómo hacer un blog único y exitoso
- 6.Una propuesta concreta para implantar un blog corporativo (análisis estratégico)
- 7.Cómo dirigirse, contactar y captar la atención de un bloguero
- 8.Estrategias de crecimiento de un blog
- 9.- Marketing de contenidos
- 10.- SEO (Optimización para motores de búsqueda)
- 11.Plataformas de blogs: Livejournal, Blogger, WordPress, Technorati?
- 12.- Wordpress
- 13.- Blogger
- 14.- Livejournal
- 15.- Technorati
- 16.Herramientas avanzadas de monitorización
- 17.Tipos de Blog
- 18.Conoce cómo proteger tu blog de Wordpress de posibles ataques

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MICROBLOGGING

- 1.Twitter: lo bueno si es breve, 2 veces bueno
- 2.Herramientas para optimizar el uso de twitter
- 3.Como hacer crecer tú marca en twitter
- 4.- Twitter Ads
- 5.- Twitter Analytics
- 6.Otros sistemas de microblogging

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SINERGIA DE LAS REDES SOCIALES

- 1.Cómo conectar diversas redes para ahorrar tiempo y recursos: LinkedIn, Twitter, Facebook y blogs
- 2.- Conectar Facebook con Twitter
- 3.- Conectar Facebook con MSN
- 4.- Conectar LinkedIn con Twitter
- 5.Diez reglas básicas para comunicarse con los usuarios de las Redes Sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. WIKIS Y WIKIPEDIA

- 1.La Wikipedia como fuente de información libre y universal
- 2.Definición de wiki
- 3.La incorporación de los wikis en el mundo empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 9. SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING

- 1.Cómo la sindicación de contenidos beneficia al tráfico de nuestra página: los RSS
- 2.Qué es un Podcast y cómo utilizarlos
- 3.- Origen
- 4.- Contenidos de un podcast
- 5.- ¿Cómo se escucha un podcast?
- 6.- ¿Dónde se almacenan los podcast?
- 7.- ¿Cómo utilizar el podcast para tu negocio por Internet?
- 8.Cómo redactar mejores post

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PLATAFORMAS DE VÍDEO

- 1.Cómo aprovechar al máximo las herramientas de YouTube

- 2.El posicionamiento en YouTube
- 3.Otras plataformas de vídeo

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PLATAFORMAS DE FOTOGRAFÍA

- 1.Cómo utilizar las plataformas de fotografía en beneficio para nuestra marca o producto
- 2.Flickr y Panoramio

UNIDAD DIDÁCTICA 12. CÓMO ANIMAR UNA COMUNIDAD

- 1.Trucos para animar una Comunidad online
- 2.Estrategias de participación en Redes Sociales
- 3.La voz de la empresa o la marca

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LA RUMOROLOGÍA

- 1.Situaciones de crisis en la red: los hoax
- 2.Cómo atajar el problema
- 3.- Cómo interpretar el gráfico de ciclo de vida de Crisis en Redes Sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 14. REPUTACIÓN ONLINE

- 1.Gestión de tu reputación online
- 2.Herramientas y consejos para monitorizar online
- 3.- ¿Qué podemos medir en la monitorización?
- 4.- ¿Cómo podemos medir? Optimizar las herramientas disponibles
- 5.- Aprende a Monitorizar la reputación online de tu negocio
- 6.Branding digital ¿qué dicen de tu marca en Internet?
- 7.Creación de sistema de escucha/alertas
- 8.- Brandwatch
- 9.- Google Alerts
- 10.- HootSuite
- 11.- TweetReach
- 12.- Social Mention
- 13.- Google Analytics
- 14.- Mention
- 15.- Addictomatic
- 16.- HowSociable
- 17.- TweetDeck
- 18.Importancia de opiniones en la red

UNIDAD DIDÁCTICA 15. LAS LICENCIAS EN LA RED

- 1.La propiedad intelectual en la red, en las redes sociales y en los blogs
- 2.- Protección de la Propiedad Intelectual
- 3.- Protección de los datos de carácter personal
- 4.- Protección de la privacidad, honor, intimidad y propia imagen
- 5.- Protección de los consumidores y usuarios
- 6.Licencias: Creative Commons
- 7.Valores de la Web 2.0 y normas de conducta básica

UNIDAD DIDÁCTICA 16. CÓMO MEDIR Y EVALUAR LOS RESULTADOS EN BASE A INDICADORES CLAVE (KPI'S)

- 1.¿Qué y cómo se puede medir?
- 2.Analítica Web
- 3.- Análisis gratuito a tu Web para mejorar el SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 17. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LAS DIFERENTES COMUNIDADES

- 1.¿Qué es una comunidad?
- 2.Factores clave en el desarrollo de una comunidad virtual
- 3.- Estrategia 1: Soporte a la comunidad

- 4.- Estrategia 2: Convertirse en el miembro de la comunidad
- 5.- Otros aspectos relevantes en el desarrollo de comunidades virtuales
- 6.Análisis de las principales comunidades: fines y herramientas
- 7.Facebook - Guía de Facebook
- 8.- Te ayudan a protegerte
- 9.- Fomentar un comportamiento respetuoso
- 10.- Proteger tu cuenta e información personal
- 11.- Proteger tu propiedad intelectual
- 12.Twitter - Guía de Twitter
- 13.- Limitaciones del contenido y uso de Twitter
- 14.- Comportamiento abusivo
- 15.- Spam
- 16.YouTube - Guía de YouTube

UNIDAD DIDÁCTICA 18. FACTORES EN SOCIAL MEDIA

- 1.Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia
- 2.- ¿Qué variables podemos tener en cuenta en nuestro Social Media?
- 3.Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
- 4.Cómo crear un Social Media Plan para tu Negocio
- 5.Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas
- 6.Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
- 7.Aprende a medir en términos cuantificables el ROI de una estrategia de Social Media
- 8.Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing
- 9.- Cómo hacer correctamente un envío de Email
- 10.- ¿Son rentables nuestras acciones de Email Marketing?

MODULO 2. REDES SOCIALES 2.0 Y SOCIAL MEDIA STRATEGY

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA WEB 2.0

- 1.¿Qué es la Web 2.0?
- 2.Nuevos conceptos de la Web 2.0
- 3.Web 2.0: Aplicaciones
- 4.Principales Ventajas de la Web 2.0
- 5.Web 3.0

UNIDAD DIDÁCTICA 2. WEB 2.0: PRINCIPALES APLICACIONES

- 1.Introducción
- 2.Elementos de la Web 2.0: Blogs, webs, wikis
- 3.Marcadores sociales
- 4.Aplicaciones tecnológicas para la comunicación y el desarrollo en línea
- 5.Alojamiento de archivos
- 6.Desarrollo del usuario 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 3. WEB 2.0 Y REDES SOCIALES DE HOY EN DÍA

- 1.Análisis de los usuario de Internet en España
- 2.Perfil de Usuario/a 2.0
- 3.Participación del usuario con la web 2.0
- 4.Usabilidad y accesibilidad
- 5.Web 2.0: Utilidades en Educación

UNIDAD DIDÁCTICA 4 REDES SOCIALES: PRINCIPALES APLICACIONES

- 1.Orígenes de las redes sociales
- 2.¿Qué son las redes sociales?
- 3.Principales conceptos de las redes sociales
- 4.Redes sociales: Servicios principales

- 5.Redes sociales: Importancia e impacto
- 6.Redes sociales como profesión
- 7.Redes sociales: Pros y contras

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REDES SOCIALES: CLASIFICACIÓN

- 1.Tipos de redes sociales
- 2.Redes sociales dirigidas a un público genérico
- 3.Redes sociales orientadas a gustos e intereses

UNIDAD DIDÁCTICA 6. REDES SOCIALES MÓVILES

- 1.Los dispositivos móviles y las redes sociales
- 2.Clasificación de redes sociales móviles
- 3.Principales peligros de las redes sociales móviles

UNIDAD DIDÁCTICA 7. REDES SOCIALES: RECOMENDACIONES DE USO

- 1.Principios de uso
- 2.Twitter: Principales consejos de uso
- 3.2.2 ¿Qué es el Timeline?
- 4.Crear cuenta Twitter
- 5.Página de usuario
- 6.Twitter en negocios

UNIDAD DIDÁCTICA 8. REDES SOCIALES: RESPONSABILIDADES LEGALES

- 1.Redes Sociales: Servicios prestados por internet
- 2.Protección de Datos de Carácter Personal
- 3.Seguridad en la Privacidad, Honor, Intimidad y Propia Imagen
- 4.Propiedad Intelectual
- 5.Consumidores y usuarios: Protección
- 6.Redes sociales: Incidencias Legales
- 7.Redes sociales: Colectivo vulnerable Menores e incapaces

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMMUNITY MANAGER

- 1.Definición de Community Manager
- 2.Community Manager: Tareas
- 3.Personalidad del Community Manager
- 4.Community Manager: el trabajo de cada día
- 5.Responsabilidades del Community Manager
- 6.Clasificación de Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 10. REDES SOCIALES: OPTIMIZACIÓN

- 1.Redes sociales : Promociones especiales
- 2.Cuidar la relación con tus fans
- 3.Elegir la red social ideal para tu empresa
- 4.Centrarse en las redes sociales ideales para nuestra marca
- 5.Obtener el máximo rendimiento a las redes sociales
- 6.Motivación de los usuarios

UNIDAD DIDÁCTICA 11. IDENTIFICAR LA EFICACIA EN SOCIAL MEDIA

- 1.Características a tener en cuenta para medir la eficiencia en Social Media
- 2.¿Cómo medir las conversiones en los Social Media?
- 3.Social Media Plan ideal para tu empresa
- 4.Principales usos de Social Media Marketing para potenciar nuestros ingresos
- 5.Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
- 6.Principios básicos de medición del retorno de la inversión
- 7.Midiendo el retorno de inversión de una campaña de Mailing
- 8.MÓDULO 3. VIDEOTUTORIALES COMMUNITY MANAGER

- 9. Alta Facebook
- 10. Alta Twitter
- 11. Creación y administración de cuenta en Wordpress
- 12. Conexión de cuentas
- 13. Wikipedia
- 14. Vídeos en Youtube
- 15. Social Mentions
- 16. Creative commons
- 17. Google Analytics
- 18. Guía Facebook
- 19. MÓDULO 4. VIDEOTUTORIALES REDES SOCIALES
- 20. Internet y la web
- 21. Web 2.0
- 22. Blog
- 23. Redes sociales
- 24. El botón me gusta y perfiles de Facebook
- 25. Google +
- 26. Tweets, Timeline, Hashtag, Trending topics
- 27. Alta en LinkedIn