

FORMACIÓN

Catálogo de Cursos

TECNICO EN COMMUNITY MANAGER

Sector: INFORMATICA

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

Modalidad: ONLINE

Duración: 60.00 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, Tecnhorati?
12.- Wordpress
13.- Blogger
14.- Livejournal
15.- Tecnhorati
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 MEDIO 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 pricipales

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