

## OBJETIVO GENERAL

---

Adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar las funciones propias del perfil de Community Manager, utilizando las redes sociales, a partir del Plan de Marketing.

## DURACIÓN:

---

Horas totales: 100 modalidad Teleformación

## CONTENIDOS FORMATIVOS

---

### 1. PERFIL DEL COMMUNITY MANAGER

- 1.1. Qué es un Community Manager. El día a día de un CM.
- 1.2. El departamento de Social media: perfiles, objetivos, recursos.
- 1.3. Marca Personal.
- 1.4. Testimonios Community Managers.

### 2. MARKETING & COMUNICACIÓN 2.0

- 2.1. La Web 2.0 y Prosumidores 2.0. Qué son los Social Media y Comunicación 2.0.
- 2.2. La Marca 2.0 y la reputación online.
- 2.3. La Blogosfera.
- 2.4. Long Tail, eCommerce 2.0 y eCRM.
- 2.5. Cloud Computing.
- 2.6. Crowdsourcing y Crowdfunding.
- 2.7. Innovación en Comunicación y Marketing:
  - Mundos aumentados
  - Mundos virtuales
  - Mundos espejo
  - Mundo lifeloggin
  - Inteligencia artificial
- 2.8. Inteligencia económica y Open Data.
- 2.9. Marketing de buscadores.
- 2.10. Marketing Viral.
- 2.11. Mobile Marketing.

### 3. USO PROFESIONAL DE LAS REDES SOCIALES

- 3.1. Plataformas.
  - Facebook
  - Twitter
  - LinkedIn

# GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES

- YouTube
- Tuenti
- Google
- CV Digital Eficaz
- Pinterest
- Geoposicionamiento, enfoque práctico
- RSS/Podcasting
- Plataformas de juegos sociales
- Blogs: WordPress. Demand Media
- 3.2. El ecosistema de las Apps y el entorno multidispositivo.
- 3.3. Métricas y ROI en redes sociales.
- 3.4. Herramientas para controlar los Social Media y SMO.
- 3.5. El Plan de Comunicación.
- 3.6. Creación de contenidos para tu comunidad.
- 3.7. Gestionar contenidos en un evento 2.0.
- 3.8. Aspectos jurídicos de las Nuevas Tecnologías ilustrados con casos prácticos.
- 3.9. Fidelización en redes sociales e Internet.

## **4. PLAN DE MARKETING DIGITAL**

- 4.1. Propuestas aplicadas a un Plan de Marketing Digital.
- 4.2. Resultados de un Plan de Marketing Digital.