

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 mixta

Presencial:20

Teleformación:80

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.