

Curso Community Manager **online**



El Trabajador 2.0

CONTENIDOS DEL CURSO

El curso cuenta con cinco módulos de contenidos, que son:

- **Módulo 1. Introducción a los Social Media.** Centraremos nuestro marco de trabajo en el concepto de Social Media. No sólo abordando la evolución tecnológica a la que nos enfrentamos, sino que el alumno será capaz de analizar los hábitos de los consumidores online, así como abordar las principales plataformas de Social Media, redes generalistas, redes profesionales, redes especializadas, redes multimedia, y cómo sacarlas el máximo rendimiento. El alumno será capaz de planificar las estrategias en las redes más influyentes.
 - Qué son los Social Media
 - Evolución de los Social Media
 - Principales plataformas de los Social Media
 - Antiguas plataformas
 - Nuevas plataformas
 - Blogs
 - Microblogs
 - Gestor de contenidos (CMS)
 - Redes Sociales Generalistas
 - Redes Sociales Profesionales
 - Redes Sociales Especializadas
 - Plataformas Multimedia
 - Social Media Marketing (SMM) y Social Media Optimization (SMO)
 - Caso práctico

- **Módulo 2. Anatomía de los Principales Social Media.** Abordar las principales plataformas de Social Media, redes generalistas, profesionales, especializadas, multimedia, y cómo sacar el máximo rendimiento a las mismas. El alumno será capaz de planificar las estrategias adoptadas en las redes más influyentes.
 - Blogs
 - ¿Qué es un blog?
 - Anatomía de un blog
 - Tipos de blogs
 - Blogs corporativos versus personales
 - Los tags como clasificador de información
 - Practicando el blogmarketing
 - Convertirse en un CBO (Chief Blogging Officer)
 - Videoblogging
 - Facebook
 - ¿Qué es Facebook?
 - Anatomía de Facebook
 - Facebook corporativo versus personal
 - Estrategias SMM y SMO en Facebook – visión general
 - Publicidad en Facebook
 - Twitter
 - ¿Qué es Twitter?
 - Anatomía del microblogging
 - Tipos de perfiles en Twitter
 - Twitter corporativo versus personal

- Hashtags como clasificador de información
 - RTs, DMs, listas
 - Publicidad en Twitter
 - LinkedIn
 - ¿Qué es LinkedIn?
 - Anatomía de LinkedIn
 - LinkedIn corporativo versus personal
 - Grupos y Preguntas-Respuestas en LinkedIn
 - Publicidad en LinkedIn
 - Google + -
 - ¿Qué es Google+?
 - Perfil personal versus corporativo
 - Los círculos en Google +
 - La pestaña +1
 - Herramientas de comunicación
 - Experiencias: conferencias de prensa, noticias, acercarse a la audiencia
 - Geolocalización
 - Foursquare
 - Forecast
 - Google Business
 - Facebook Places
 - Caso práctico
- **Módulo 3. Introducción al Community Manager.** Esta es la pieza angular del Máster, el alumno sabrá qué es y qué no es un Community Manager, funciones que se están asignando a esta figura dentro de la empresa, y cuáles son las principales herramientas y estrategias con las que trabajar.
 - Qué es y qué no un CM
 - Principales funciones
 - Comunicación online
 - Investigación
 - E-branding
 - SMM y Marketing online
 - Reputación y Calidad online
 - Atención y fidelización de clientes online
 - Comercial y Ventas online
 - Habilidades de un CM
 - Caso Práctico
- **Módulo 4. Principales Herramientas de los Social Media.** Aprenderemos a manejar las principales herramientas de los Social Media, tanto de productividad como de gestión y de medición y análisis.
 - Herramientas de productividad
 - Herramientas de gestión
 - Herramientas de medición
 - Otras herramientas

- **Módulo 5. KPI's y ROI.** En este módulo aprenderemos a cómo monitorizar y medir los principales KPI's y el ROI de nuestras actividades de Social Media.
 - ¿Qué son los KPI's?
 - KPI's principales
 - KPI's secundarios
 - ¿Cómo y qué medir en...?
 - Webs y blogs
 - Facebook
 - Twitter
 - LinkedIn
 - Google+
 - Otros sitios
 - YouTube
 - Flickr
 - Geolocalización
 - ROI de los Social Media