

Técnico de Community Management

Duración: 80 horas

Modalidad: Online

Coste Bonificable: 600 €

Objetivos del curso

- gestionar la imagen de una empresa en Internet y las redes sociales (elaboración y ejecución de un Plan de Reputación online)
- dominar las técnicas del marketing online aplicadas a la gestión de comunidades.

Contenidos

MODULO 1. COMMUNITY MANAGER

TEMA 1. LA FIGURA DE UN COMMUNITY MANAGER

1. ¿Qué es un Community Manager?
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. Conozcamos a algunos Community Manager de la empresa Española
6. Evaluación de las funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager
7. Definir las metas de un Community Manager
8. Tipos de Community Manager

TEMA 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

TEMA 3. REDES SOCIALES

1. Evolución de las redes sociales

TEMA 4. REDES SOCIALES PROFESIONALES

1. Cómo utilizar LinKendin para atraer negocio a tu empresa. Cómo contactar con potenciales clientes

2. Los elementos de una buena recomendación en LinKendin

3. Otras redes profesionales. Xing

TEMA 5. BLOG

1. ¿Qué es un Blog?

2. El Blog como herramienta de Marketing en la empresa

3. Una propuesta concreta para implantar un Blog corporativo (análisis estratégico)

4. Cómo dirigirse, contactar y captar la atención de un Blogger

5. Estrategias de crecimiento de un Blog

6. Plataformas de los Blogs: Livejournal, Blogger, WordPress, Tecnhorati.

7. Los Blogs y los foros más importantes de España

8. Herramientas avanzadas de Monitorización

9. Tipos de Blogs

TEMA 6. MICROBLOGGING

1. Twitter, lo buenos si es breve, dos veces bueno

2. Herramientas para optimizar el uso de twitter

3. Cómo hacer crecer tu marca en Twitter

4. Otros sistemas de Microblogging (Jaiku, YouAre)

TEMA 7. SINERGIA DE LAS REDES SOCIALES

1. Cómo conectar diversas redes para ahorrar tiempo y recursos: LinKendin, Twitter, Facebook y Blogs

TEMA 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

TEMA 9. SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING

1. Cómo la sindicación de contenidos beneficia al tráfico de nuestra página. RSS

2. Qué es un podcast y cómo utilizarlos

TEMA 10. PLATAFORMAS DE VÍDEO

1. Cómo aprovechar al máximo las herramientas en Youtube



2. El posicionamiento en Youtube

3. Otras plataformas de vídeo

TEMA 11. PLATAFORMAS DE FOTOGRAFÍA

1. Cómo utilizar las plataformas de fotografía en beneficio para nuestra marca o producto

2. Flickr y Panoramio

TEMA 12. CÓMO ANIMAR UNA COMUNIDAD ONLINE

1. Trucos para animar una Comunidad Online

2. Estrategias de participación en las redes sociales

3. La voz de la empresa o la marca

TEMA 13. LA RUMOROLOGÍA

1. Situaciones de crisis en la red: los hoax

2. Cómo atajar el problema

TEMA 14. REPUTACIÓN ONLINE

1. Gestión de tu reputación online

2. Herramientas y consejos para monitorizar online

3. Branding digital ¿Qué dicen de tu marca en Internet?

4. Creación de un sistema de escucha/alertas.

5. Importancia de opiniones en la red

TEMA 15. LAS LICENCIAS EN LA RED

1. La propiedad intelectual en la red, las redes sociales y en los Blogs

2. Licencias. Creative Commons

3. Valores de la Web 2.0 y normas de conducta básica

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

1. ¿Qué y cómo se puede medir?

2. Analítica Web

TEMA 17. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LAS DIFERENTES COMUNIDADES

1. ¿Qué es una comunidad?

2. Factores clave en el desarrollo de una comunidad virtual

3. Análisis de las principales comunidades: fines y herramientas

4. Facebook - Guía de Facebook

5. Twitter - Guía de Twitter

6. Youtube - Guía de Youtube

7. Tuenti - Guía de Tuenti

TEMA 18. FACTORES EN SOCIAL MEDIA



1. Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia
2. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
3. Cómo crear un Social Media Plan para tu Negocio
4. Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas
5. Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6. Aprende a medir en términos cuantificables el ROI de una estrategia de Social Media

7. Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing

MODULO 2. REDES SOCIALES 3.0 Y SOCIAL MEDIA STRATEGY

TEMA 1. INTRODUCCIÓN A INTERNET

1. Internet
2. La Web

TEMA 2. LA WEB 2.0

1. La Web 2.0
2. Aplicaciones de la Web 2.0. Principios constitutivos
3. Las tecnologías en la web 2.0
4. Ventajas de la Web 2.0

TEMA 3. PRINCIPALES APLICACIONES DE LA WEB 2.0

1. Introducción
2. Blogs
3. Marcadores sociales
4. Servicios de alojamiento y gestión de fotografía y vídeo
5. Wikis
6. Aplicaciones en línea
7. Podcast

TEMA 4. USOS DE LA WEB 2.0 EN LA SOCIEDAD

1. Usuarios de Internet en España
2. El usuario 2.0
3. Arquitectura de la participación
4. Usabilidad y accesibilidad
5. Usos de la Web 2.0 en la sociedad

TEMA 5. INTRODUCCIÓN A LAS REDES SOCIALES

1. Origen de las Redes Sociales
2. Marcadores Sociales
3. Ventajas y desventajas del uso de las redes sociales



4. Las redes sociales en los móviles

TEMA 6. FACEBOOK

1. Introducción
2. Conceptos básicos del uso de Facebook
3. Registro en Facebook
4. Página principal de usuario
5. Tipos de perfiles
6. Herramientas de Facebook para empresas
7. Facebook en los móviles

TEMA 7. GOOGLE+

1. Introducción
2. Conceptos básicos para el uso de Google+
3. Registro
4. Página principal de usuario
5. Fotos
6. Nuestro perfil
7. Los círculos
8. Los juegos

TEMA 8. TWITTER

1. Introducción
2. Conceptos básicos para el uso de Twitter
3. Registro en Twitter
4. Página principal de usuario
5. Twitter para empresas

TEMA 9. TUENTI

1. Introducción
2. Tuenti
3. Registro en Tuenti
4. Tu página de inicio en Tuenti
5. Tuenti para empresas

TEMA 10. LINKEDIN

1. LinkedIn
2. Registro en LinkedIn
3. Vamos a utilizar LinkedIn
4. Acciones a realizar en LinkedIn
5. Página de usuario de LinkedIn



www.formatesincoste.com

info@formatesincoste.com

Tfno: 956 074 222/655 617 059

Fax: 956 922 482

6. LinkedIn para empresas
7. MÓDULO 3. VIDEOTUTORIALES COMMUNITY MANAGER
8. Alta Facebook
9. Alta Twitter
10. Creación y administración de cuenta en Wordpress
11. Conexión de cuentas
12. Wikipedia
13. Vídeos en Youtube
14. Social Mentions
15. Creative commons
16. Google Analytics
17. Guía Facebook
18. MÓDULO 4. VIDEOTUTORIALES REDES SOCIALES
19. Internet y la web
20. Web 2.0
21. Blog
22. Redes sociales
23. El botón me gusta y perfiles de Facebook
24. Google +
25. Tweets, Timeline, Hashtag, Trending topics
26. Registrarse en Tuenti
27. Alta en LinkedIn