

COMM104_S

Community manager (online/subvencionado)

Descripción: En el presente curso online se analiza en profundidad la figura del Community Manager, su origen y su evolución hasta el día de hoy. Además, se dan a conocer las tareas y roles que debe desarrollar un Community Manager eficaz. También se estudian las principales características de las comunidades virtuales y redes sociales así como los perfiles de usuarios que participan en ellas. Finalmente, se profundiza sobre cómo gestionar los contenidos que se generan en Internet.

Nº de horas:

50 horas

Objetivos:

- Conocer las competencias clave que un community manager debe alcanzar y las características de su puesto de trabajo.
- Dominar los principios del marketing online y las formas más efectivas de difundir un mensaje utilizando los diferentes canales online existentes.
- Aprender a utilizar de forma experimentada las principales plataformas de Social Media y aprender a multiplicar sus efectos utilizándolas de forma coordinada.
- Analizar conversaciones y opiniones en las redes sociales sobre productos o marcas.
- Dominar las técnicas para la generación de reputación online positiva sobre una empresa, producto o servicio.
- Aprender a monitorizar nuestra marca y la competencia a través de las redes sociales.
- Fomentar el autoaprendizaje, ya que las herramientas que se utilizan en este ámbito cambian cada muy poco tiempo y hay que mantenerse actualizado.
- Favorecer el desarrollo de las siguientes competencias en el alumnado: competencia en comunicación lingüística, tratamiento de la información y competencia digital, competencia de aprender a aprender, competencia de autonomía e iniciativa personal, competencia en el conocimiento y la interacción con el mundo online y competencia social.

Contenido COMM104_S

Community manager (online/subvencionado)

Unidad didáctica 1. Social media y Community Management

- 1.1. Redes sociales y comunidades.
- 1.2. Fijar los objetivos de un proyecto online: Acquisition, engagement, conversion, fidelization.
- 1.3. La figura del Community Manager: funciones y responsabilidades.
- 1.4. Cómo dinamizar comunidades online.
- 1.5. Cómo trabajar los contenidos en social media.

Unidad didáctica 2. Estrategia y Creación del Plan de Medios Sociales

- 2.1. La publicidad contextual.
- 2.2. Publicidad en buscadores y SEO.
- 2.3. Publicidad en blogs y RSS.
- 2.4. Publicidad display en redes sociales.
- 2.5. Publicidad geolocalizada y según hardware.

Unidad didáctica 3. Facebook

- 3.1. Características principales.
- 3.2. Fanpages en Facebook: ¿Cómo gestionarlas? ¿Cómo hacerlas crecer?
- 3.3. Engagement ¿Cómo conseguir engagement con la comunidad?
- 3.4. Pestañas y aplicaciones en Facebook.

Unidad didáctica 4. Twitter

- 4.1. Twitter. Características principales.
- 4.2. Lenguaje específico de Twitter.
- 4.3. Cómo aumentar el número de followers.

Unidad didáctica 5. Pinterest, Google+, LinkedIn, imagen social y vídeo marketing

- 5.1. Pinterest, la plataforma visual.
- 5.2. Google+. Características principales.
- 5.3. LinkedIn. Características principales.
- 5.4. Gestionar los contactos en LinkedIn.
- 5.5. Cómo elaborar y optimizar un CV en LinkedIn (cómo mejorar un extracto con palabras clave).
- 5.6. Imagen social: Instagram, Flickr. Pinterest (la plataforma visual para e-commerce).
- 5.7. Principios del videomarketing. YouTube, Vimeo y Vine.

Unidad didáctica 6. Herramientas del Community Manager

- 6.1. HootSuite y TweetDeck.
- 6.2. Isuu, Slideshare y Prezi: compartir presentaciones y PDF.
- 6.3. Diseño de newsletters y e-mailing.

Más Información:

Para inscribirte deberás enviar un mail a oficina@itemcampus.com con la siguiente documentación:

- Fotocopia del DNI por ambas caras
- Cabecera de nómina o recibo de autónomo del mes anterior.
- Ficha de inscripción cumplimentada y firmada en color azul.

Descargala en: <https://www.itemformacion.com/documentos/CONFORCAT/Annex1.pdf>