

COMMUNITY MANAGER Y REDES SOCIALES (60 HORAS)

MODALIDAD: ONLINE

CONTACTO: campus@formagesting.com / +34 722 164 372

OBJETIVOS DEL CURSO

OBJETIVOS GENERALES

Los/as participantes estudiarán los conceptos clave para desarrollar y entender las diferentes acciones de comunicación en redes sociales.

Así pues, al finalizar la acción formativa, los/as asistentes serán capaces de:

- Entender el entorno web 2.0, la nueva comunicación on-line y el impacto de las redes sociales.
- Gestionar la imagen de su empresa en Internet a través de las redes sociales.
- Adecuar los contenidos para Internet, en base a las necesidades de los usuarios.
- Establecer objetivos de comunicación en redes sociales y elaborar un plan de comunicación en las mismas según los objetivos marcados.
- Implementar las redes sociales necesarias según los objetivos marcados.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer las diferencias entre Web 1.0 y 2.0.
- Conocer qué son las Comunidades virtuales y las redes sociales y las diferencias de cada una de ellas.
- Como consecuencia de los cambios experimentados por internet, veremos qué nuevos perfiles profesionales se han creado en torno ella.
- Qué es el marketing digital frente al marketing tradicional.
- Conocer qué son marketing relacional y viral.
- Marketing mix y su evolución con Internet.
- Conocer las características y la estructura de los contenidos en Internet.
- Analizar el fenómeno blog desde el punto de vista corporativo.
- Conocer las principales redes sociales y sus características.
- Conocer las ventajas e inconvenientes de cada una de ellas.
- Algunas técnicas para conseguir seguidores.
- Conocer casos de éxito y de fracaso en redes sociales.
- Definir el perfil profesional del Community Manager.
- Cómo generar contenidos.
- Aspectos a tener en cuenta en la Planificación, gestión y moderación de una comunidad digital.
- Cómo afrontar los conflictos.
- Establecer el alcance de la analítica web.
- Conocer algunos términos relacionados con la analítica.
- Visión general de Google Analytics como principal herramienta.
- Cómo realizar analítica en las redes sociales.



PROGRAMA

UNIDAD 1. INTRODUCCIÓN

- 1.1. ¿Qué es la web 2.0?. De la web 1.0 a la web 2.0.
- 1.2. El impacto en los modelos de comunicación. La era de la conversación digital.
- 1.3. Comunidades virtuales. Definición, características y fundamentos.
- 1.4. Las redes sociales como nuevo medio. Definición y características. Diferencias entre comunidad virtual y red social.
- 1.5. Perfiles profesionales de la web 2.0.

UNIDAD 2. EL NUEVO MARKETING COMERCIAL

- 2.1. Conceptos básicos sobre el marketing digital.
- 2.2. El nuevo valor de marca y su posicionamiento.
- 2.3. Principios del marketing relacional.
- 2.4. Marketing viral: comunicación, participación, viralidad.
- 2.5. La estrategia: el marketing social dentro del marketing mix 3.

UNIDAD 3. LOS CONTENIDOS DIGITALES 2.0.

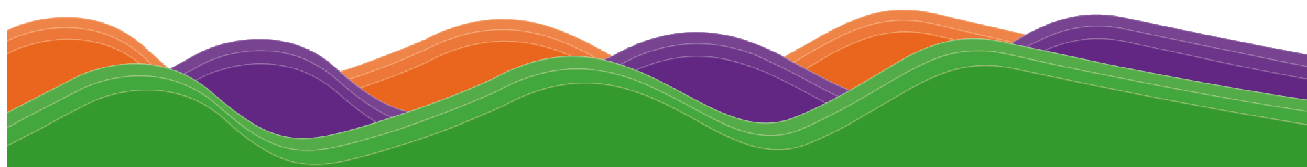
- 3.1 Internet como canal de comunicación.
- 3.2. La redacción en entornos digitales.
- 3.3. La lectura en Internet.
- 3.4. El contenido audiovisual.
- 3.5. El fenómeno de la blogsfera. El blog corporativo.

UNIDAD 4. LAS REDES SOCIALES

- 4.1. Clasificación de las redes sociales. Ventajas.
- 4.2. Facebook.
- 4.3. Google Plus.
- 4.4. Twitter.
- 4.5. Youtube.
- 4.6. Linked In.
- 4.7. Otras redes sociales: Instagram, Pinterest y WhatsApp.
- 4.8. Las redes sociales como medio publicitario.
- 4.9. ¿Cómo conseguir seguidores?
- 4.10. Casos de éxito.

UNIDAD 5. COMMUNITY MANAGER COMO PERFIL PROFESIONAL

- 5.1. Community Management: funciones y perfiles profesionales.
- 5.2. La creación de comunidades virtuales.
- 5.3. Creación y gestión de contenidos 2.0. La búsqueda de fuentes de información.
- 5.4. La moderación en una comunidad 2.0.
- 5.5 La planificación de la comunicación. Objetivos y acciones de comunicación. Los conflictos en las redes sociales.
- 5.6. Gestión de redes sociales: Hootsuite, Tweet-Deck.
- 5.7. El día a día de un community manager.



UNIDAD 6. ANALÍTICA Y MEDICIÓN.

- 6.1. Qué es la analítica web.
- 6.2. Glosario de términos.
- 6.3. Introducción a Google Analytics.
- 6.4. La analítica en redes sociales.

TEMPORALIZACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA	Total
Unidad 1. Introducción.	8 horas
Unidad 2. El nuevo marketing comercial.	10 horas
Unidad 3. Los contenidos digitales 2.0.	10 horas
Unidad 4. Las redes sociales.	10 horas
Unidad 5. Community manager como perfil profesional.	12 horas
Unidad 6. Analítica y medición.	10 horas
TOTALES	60 horas

FORMACIÓN NECESARIA PARA ACCEDER CON ÉXITO AL CURSO

Conocimientos de Marketing y Comunicación.

ESPECIFICACIONES

Curso Scorm. Ejercicios y Evaluaciones integrados en temario.

HARDWARE NECESARIO Y PERIFÉRICOS ASOCIADOS





Ordenador y conexión a Internet:

- **PC o Portátil** : Pentium II, CPU 3GHz, 512 MB de memoria RAM.
- **MAC**: Power Mac 64, Power Mac 65 ó Apple con procesador Intel 16 GB RAM.
- **Conexión a Internet**: ADSL mínimo 1MB o conexión 3G con una velocidad superior a 128 Kbps/seg.



SOFTWARE NECESARIO

El campus virtual funciona en los siguientes navegadores:

-  **Internet Explorer:** a partir de la versión 8.0.
-  **Google Chrome:** a partir de la versión 22.0.
-  **Mozilla Firefox:** a partir de la versión 15.0.
-  **Safari:** a partir de la versión 5.0.

Además, será necesario tener instalado:

- **Acrobat Reader**, versión 6.0 o superior, o **Foxit Reader**, versión 2.3.
- **Flash Player**.
- **Java Sun** (Google Chrome requiere la actualización 10 de la versión de Java).
- **Reproductor de Windows Media Player** a partir de la versión 9.

TIEMPO DE RESPUESTA

Los tutores pedagógicos atenderán a los alumnos en un plazo de 24 horas y los tutores de contenido en un plazo máximo de 48 horas en días laborables.

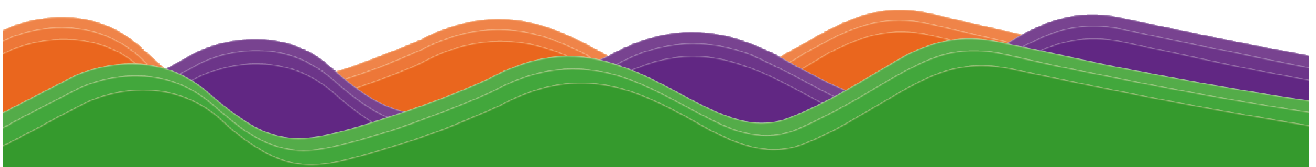
SERVICIOS DEL CAMPUS VIRTUAL

- **Guía didáctica.** En ella se marcan y explican las pautas, orientaciones y recomendaciones necesarias para el seguimiento y aprovechamiento adecuado del curso.
- **Contenidos.** Los contenidos de este curso han sido realizados por un equipo multidisciplinar, entre los que se encuentran expertos en la materia que se desarrolla, pedagogos, docentes y técnicos informáticos en desarrollos multimedia.

En este curso se ha buscado un equilibrio entre el necesario rigor técnico de los contenidos y una presentación atractiva e intuitiva que facilite el seguimiento del curso y que constituya una clara opción de aprendizaje, de manera que todo aquél que lo realice vea satisfechas sus expectativas: comprensión y asimilación de todo lo relacionado con las unidades desarrolladas y capacidad para aplicar estos conocimientos a la práctica diaria.

El temario de este curso tiene un formato dinámico e interactivo, en base al cual podrás participar activamente en tu aprendizaje. En la construcción del mismo se han utilizado una serie de iconos y links, que requieren tu participación en el descubrimiento de los contenidos, ya que deberás interactuar con los mismos para ver la información. De esta manera, el seguimiento del curso se convierte en una experiencia dinámica que requiere de una participación activa del alumno, lo que facilita la rapidez en la comprensión y uso de la información. Ello contribuye a conseguir que el curso resulte más entretenido y no debemos olvidar que el entretenimiento acrecienta el interés, el cual, a su vez, favorece la atención y concentración, que se traducen en mayores niveles de aprendizaje.

- **Actividades.** Hemos desarrollado ejercicios y casos prácticos interactivos, integrados en los contenidos, que fomentan la participación e interacción continua de los alumnos y permiten que vayan afianzando los conocimientos al mismo tiempo que los adquieren, con el fin de que lleguen totalmente preparados a la evaluación final y la superen sin dificultades.



- **Tutores a disposición del alumno:**

Un tutor de contenido experto en la materia que resolverá las dudas concretas sobre el temario y los ejercicios.

Un tutor pedagógico que le ayudará y motivará a lo largo del curso. Se pondrá en contacto periódicamente con los alumnos informándoles de su estado de evolución y animándoles a finalizar con éxito el curso. También les informará de todo lo relativo al curso (información de interés, inclusión de documentación adicional en la biblioteca, etc.).

Un tutor técnico o web máster que resolverá cualquier problema técnico de acceso a la plataforma, registro de notas, etc.

- **Otros servicios.** Estos cursos disponen de tutorías, correo electrónico, biblioteca (donde se encuentran documentos formativos complementarios, como el manual del curso), chat, FAQ's, agenda y calendario, foro y otros servicios incluidos en el Campus Virtual.

DIPLOMA

Al finalizar el curso los alumnos recibirán un **Diploma o Certificado**. “Enseñanza que no conduce a la obtención de un título con valor oficial”.

