



# Experto en Community Manager en Medios Sociales 2019

## Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

## Objetivos:

- Conocer en qué consiste la actividad de un Community Manager y cuáles son las principales funciones a desarrollar.
- Entender la importancia de la identidad virtual en la empresa y desarrollar su propia marca en la red, dentro del Plan Social Media.
- Adquirir los conocimientos necesarios para responsabilizarse de campañas de comunicación corporativas en los medios sociales.
- Conocer las características diferenciales de las redes sociales más populares y utilizarlas para su uso profesional como Community Manager.
- Identificar las principales herramientas virtuales para monitorizar la reputación on line de la empresa.
- Concienciarse sobre la importancia de medir el retorno de la inversión en medios sociales.

## Contenidos:

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL COMMUNITY MANAGER PROFESIONAL

¿Qué es un Community Manager?

¿Cuáles son las tareas de las que se encarga un Community Manager?

Habilidades, aptitudes y actitudes del Community Manager

El día a día de un Community Manager

Conozcamos a algunos Community Manager de la empresa Española

Evaluación de las funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager

Definir las metas de un Community Manager

Tipos de Community Manager

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. HISTORIA DE LAS REDES SOCIALES



Evolución de las redes sociales

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS REDES SOCIALES EN MEDIOS PROFESIONALES

Cómo utilizar LinKendin para atraer negocio a tu empresa. Cómo contactar con potenciales clientes  
Los elementos de una buena recomendación en LinKendin  
Otras redes profesionales. Xing

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. REDES SOCIALES: GESTIÓN

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

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLATAFORMAS DE VÍDEO

Cómo aprovechar al máximo las herramientas en Youtube  
El posicionamiento en Youtube  
Otras plataformas de vídeo

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. PLATAFORMAS DE FOTOGRAFÍA

Cómo utilizar las plataformas de fotografía en beneficio para nuestra marca o producto  
Flickr y Panoramio

### UNIDAD DIDÁCTICA 7. OPTIMIZACIÓN DE UNA COMUNIDAD ONLINE

Trucos para animar una Comunidad Online  
Estrategias de participación en las redes sociales  
La voz de la empresa o la marca

### UNIDAD DIDÁCTICA 8. FACTORES EN SOCIAL MEDIA

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



## UNIDAD DIDÁCTICA 9. BLOG

¿Qué es un Blog?

El Blog como herramienta de MarKeting en la empresa

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

Cómo dirigirse, contactar y captar la atención de un Blogger

Estrategias de crecimiento de un Blog

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

Los Blogs y los foros más importantes de España

Herramientas avanzadas de Monitorización

Tipos de Blogs

## UNIDAD DIDÁCTICA 10. MICROBLOGGING

Twitter, lo buenos si es breve, dos veces bueno

Herramientas para optimizar el uso de twitter

Cómo hacer crecer tu marca en Twitter

Otros sistemas de Microblogging (Jaiku, YouAre?)