

twitter

tumblr.

flickr™

LinkedIn

foursquare

**IV CURSO COMMUNITY MANAGER
(RESPONSABLE DE COMUNIDADES DIGITALES)**

facebook®

tuenti

FORMACIÓN
APM



IV CURSO COMMUNITY MANAGER (RESPONSABLE DE COMUNIDADES DIGITALES)

Lugar: Asociación de la Prensa de Madrid (Claudio Coello, 98)

Plazo de matrícula: del 27/01/2012 al 24/02/2012

Importe (iva incl): 350 € Asociados (1 pago total o 2 pagos del 50%)

450 € No Asociados (1 solo pago total al confirmar la plaza del curso)

Fechas del curso: 27 de enero, 3, 10, 17 y 24 de febrero.

Horario: de 17:00 a 21:00 horas

Persona de contacto: María Fernández Jurado 91.585.00.22/53 de 8 a 15 horas

José Martín 91.585.00.53/32 de 9,00 a 18,00 horas

Profesores: Daniel Rodríguez

Marta Rodríguez

Pilar Millán

Procedimiento de inscripción

Para realizar la inscripción y confirmación de plaza, es necesario **rellenar el formulario de inscripción**, y realizar el pago de, al menos, **el 50%** del precio del curso **los asociados** a la APM y un **pago total del 100%** los no asociados, en el siguiente número de cuenta corriente: **0049-0151-52-2410948044**. El plazo de inscripción finaliza el próximo **20 de enero**.

La confirmación de plaza se hará por riguroso orden de solicitud dos días antes del inicio del curso, teniendo en cuenta preferencia los asociados y preasociados.

Los asociados y preasociados podrán realizar el pago en dos plazos: el 50% al formalizar la matrícula y el restante 50% antes de finalizar el curso.

Los no asociados tendrán que realizar el pago en un solo plazo del 100% al formalizar la matrícula.

4. Una vez realizado el ingreso, mandar el resguardo de ingreso de la matrícula por correo electrónico a cursocommunitymanager@apmadrid.es o por fax al 91 585 00 50.

La adjudicación de plaza definitiva no se realizará si no se ha recibido este resguardo.

5. Todos los alumnos a los que se les haya adjudicado plaza recibirán un correo de recordatorio poco antes del inicio del curso.

PROGRAMA

Sesión 1: 27/01/2012

MODULO I: Community Manager

Responsable: Pilar Millán

- El boom de las redes sociales
- Las figuras del Community Manager y del Social Media Strategist
- Habilidades
- Funciones
- El día a día
- Casos de éxito y grandes fracasos: ¿Qué aprendemos de ellos?

Durante este módulo se presentará la práctica que los alumnos deberán realizar durante todo el curso y que consistirá en desarrollar un Social Media Plan de una empresa real: Halcón Viajes.

La práctica deberá ser entregada por correo electrónico durante la última semana del curso para la evaluación por parte de los profesores y así poder dar el feedback en la última clase.

MODULO II: Herramientas de CM: Twitter, Flickr

Responsable: Marta Rodríguez

- ¿Qué es Twitter?
- Empezar en Twitter
- Usos y herramientas de Twitter
- Twitter para los negocios
- Ejemplos
- ¿Qué es flickr?
- Usos y herramientas de Flickr

Sesión 2: 03/02/2012

MODULO III: Plantear una estrategia de Social Media

Responsable: Marta Rodríguez

- ¿En qué consiste una estrategia de Social Media?
- Pasos previos a la estrategia: Reputación
- Puntos de la estrategia
- Ejemplos

MODULO IV: Herramientas de CM: Facebook, Tuenti, G+

Responsable: Daniel Rodríguez

- Historia de Facebook
- ¿Qué es Facebook?
- Beneficios de Facebook
- Usando Facebook
- Facebook para negocios
- Ejemplos
- Otras Redes Sociales: Tuenti, Google+

Sesión 3: 10/02/2012

MODULO V: Reputación Online

Responsable: Marta Rodríguez

- Definición de Reputación Online
- El plan de Reputación Online
- Herramientas de medición
- Gestión de crisis
- Casos prácticos

MODULO VI: Blogs y Foros

Responsable: Daniel Rodríguez

- Blogs
- Tecnologías de referencia
- Estructura de un blog
- Herramientas para blogs
- ¿Cómo posicionar un blog?
- Ventajas de los blogs
- Foros

Sesión 4: 17/02/2012

MODULO VII: Geolocalización

Responsable: Pilar Millán

- Redes sociales y geolocalización.
- Características y valor añadido
- Foursquare
- Facebook places
- Google places
- Aplicaciones con geolocalización

MODULO VIII: ROI

Responsable: Daniel Rodríguez

- Cómo medir el impacto de nuestro trabajo
- Los CM: un ROI intangible

Sesión 5: 24/02/2012

MODULO IX: Contenido Viral

Responsable: Pilar Millán

- ¿Qué es el contenido viral?
- ¿Cómo crear el contenido viral?
- Ejemplos de contenido viral
- Youtube: La red del contenido viral

MODULO X: Personal Branding

Responsable: Daniel Rodríguez

- ¿Qué es el Personal Branding?
- Construir una presencia online
- Redes Sociales Profesionales: LinkedIn
- Otras Redes: Xing, Viadeo
- SlideShare

Equipo docente:



Pilar Millán estudió periodismo en la UCM y es experta en comunicación corporativa. Trabajó durante 5 años en Antena 3 tv en distintos equipos de producción de programas. En 2006 fue responsable de prensa en Munich de la expansión para el mercado español de la ecommerce MYDAYS y un año más tarde dircom en la startup "disfrutalia".

Actualmente es social media strategist y community manager en la agencia de publicidad digital 101.



Marta Rodríguez Ruiz estudió periodismo en la Universidad Pontificia de Salamanca y Master en Comunicación y Relaciones Públicas. Comenzó su carrera profesional en la Cadena SER y posteriormente en el Departamento de Comunicación del IEF. Desde 2006 trabajó como Supervisora de cuentas de gran consumo en Marco de Comunicación y posteriormente como Responsable del Departamento de

Social Media en la agencia Addoor.

Actualmente trabaja como Consultora freelance de Comunicación y Social Media.



Daniel Rodríguez Lago estudió físicas en la Universidad de Santiago de Compostela y Master en Dirección de Marketing por ESERP Business School. Lleva seis años trabajando como consultor de negocio y gestor de proyectos relacionados con Internet, CRM y Marketing en Everis, Indra y, ahora, en Accenture, donde además es responsable de desarrollo de

negocio de Social Media.

Además es autor del blog www.socialmarketingonline.es sobre Social Media y Marketing.