

twitter

tumblr.

flickr

LinkedIn

foursquare



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



XII CURSO COMMUNITY MANAGER (RESPONSABLE DE COMUNIDADES DIGITALES)

Lugar: Salas MSL Formación, Marqués de Ahumada, 7. Aula 201

Plazo de matrícula: del 07/02/2013 al 21/03/2013

Importe (iva incl): 350 € Asociados 450 € No Asociados (ser asociado da preferencia para obtener plaza en el curso)

Fechas del curso: 7, 14, 21 y 28 de febrero y 7, 14 y 21 de marzo

Horario: de 17:00 a 20:30 horas

Persona de contacto: María Fernández Jurado 91.585.00.22 de 8,00 a 15,00 horas

José Martín 91 585 00 53/32 de 9,00 a 18,00 horas.

Profesores: [Eva Fontiveros](#), periodista, fundadora de Suite101.net y social media, marketing online y SEO consultor

[Isabel Corell](#), periodista, socia fundadora y SM manager en Quántica Comunicación.

[Eugenio Sanz](#), profesional del marketing y la comunicación, Social Media Manager en Hydra Social Media.

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 30 de junio.**

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

DÍA 1

MÓDULO I: Introducción al Social Media Management. Qué es un CM.

Introducción a Twitter

- Historia de las comunidades en Internet
- El Community Manager: perfil y funciones.
- Herramientas de un CM
- Introducción a Twitter
- Qué aporta Twitter a un profesional de la comunicación y a una empresa

DÍA 2

MÓDULO II: Twitter: usos y estrategias. Introducción a Facebook

- Twitter: la conversación
- Normas básicas del uso de Twitter
- Usando Twitter: actualizaciones
- Usando Twitter (II): las replies
- Usando Twitter (III): el retweet
- Usando Twitter (IV): las hashtags
- Usando Twitter (V): los trending topics o temas del momento
- Usando Twitter (VI): búsquedas de términos
- Usando Twitter (VII): encontrar menciones
- Buenas y malas prácticas
- Introducción a Facebook
- Uso profesional y empresarial de Facebook:
 - (I): Páginas de fans
 - (II): Grupos
 - (III): El muro

DÍA 3

MÓDULO III: Uso profesional de Facebook y estrategias. Tuenti

- Estrategias en FB
- Acciones especiales
- Creación de contenidos
- Cómo conseguir más fans
- Cómo conseguir engagement
- Concursos

- Herramientas de monitorización y estadísticas
- Encontrar menciones
- Utilizar las herramientas de los desarrolladores
- Integrar aplicaciones
- Buenas y malas prácticas.
- Casos de éxito
- Introducción a Tuenti

DÍA 4

MÓDULO IV: G+

- La red social que faltaba: Google +
- Introducción a G+
- Principales herramientas
- Universos Google: hacia el 3.0
- Uso profesional de G+
- Páginas de fans
- 2013: año crucial

MÓDULO V: Otras redes sociales

- Las redes sociales móviles
- La geolocalización
- Importancia de la geolocalización
- Usos de a geolocalización
- Foursquare
- Latitude
- Places de Facebook
- Places de Google
- Tumblr
- Formspring
- Youtube
- Pinterest
- Otras redes sociales: Flickr, A Small World... y nuevas tendencias.



DÍA 5

MÓDULO VI: Redes profesionales

- LinkedIn
- Qué fue de XING
- Viadeo
- Para qué sirven las redes profesionales
- Oportunidades en las redes profesionales a nivel personal y corporativo
- Grupos y debates en las redes profesionales
-

MÓDULO VII: Reputación On-line y el ROI de los Community Managers

- Cómo medir el impacto de nuestro trabajo
- Los CM: un ROI intangible
- Herramientas de menciones
- Herramientas de reputación on-line

DÍA 6

MÓDULO VIII: Blogs y foros

- Los blogs corporativos
- Ejemplos de blogs corporativos
- Foros: qué son
- Para qué sirven los foros
- Formas de utilización de los foros en las comunidades digitales

MÓDULO IX: Marketing en RRSS

- Marketing en FB
- Marketing en Twitter
- Marketing en Tuenti

EXAMEN FINAL

HORAS:

Presenciales: 23 horas.

DÍA 7

MÓDULO X: Comunicación de crisis

- Cómo gestionar crisis en Internet y en las redes sociales
- Prácticas recomendadas cuando las cosas se ponen difíciles

MÓDULO XI: El contenido viral

- ¿Qué es el contenido viral?
- ¿Cómo crear el contenido viral?
- Ejemplos de contenido viral

MÓDULO XII: Plantear una estrategia de Community Management

- Cómo plantear una estrategia
- Ejemplos de desarrollo y propuesta de estrategias, acciones y mediciones