

Sesión 1: 15/11/2013

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: Viajes El Corte Inglés

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

Como preparación de este módulo, los alumnos deberán venir con una cuenta en Twitter ya creada.

Sesión 2: 22/11/2012

MODULO III: 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+

Como preparación de este módulo, los alumnos deberán venir con una cuenta en Facebook ya creada.

MODULO IV: 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

Sesión 3: 29/11/2012

MODULO V: Blogs y foros

Responsable: Marta Rodríguez

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

MODULO VI: Geolocalización

Responsable: Pilar Millán

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

Sesión 4: 13/12/2012

MODULO VII: ROI

Responsable: Daniel Rodríguez

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

MODULO VIII: Reputación Online

Responsable: Marta Rodríguez

- Definición de reputación online
- El plan de reputación online
- Herramientas de medición
- Gestión de crisis
- Casos prácticos

Sesión 5: 20/12/2012

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".

Social Media strategist y community manager en la agencia de publicidad digital 101. Actualmente social media manager en Prisa



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.