

CURSO SOCIAL MEDIA Y COMMUNITY MANAGER

DESCRIPCIÓN: este curso se plantea como una introducción a la profesión del community y social media management. El objetivo principal del programa es ofrecer una visión completa del trabajo en redes sociales con marcas, productos y servicios así como las claves de la gestión del día a día de las herramientas necesarias para llevar a cabo esta labor.

REQUISITOS: contar con perfiles activos a nivel de usuario en distintas redes sociales (imprescindible al menos Facebook y Twitter). Buen nivel de navegación a través de los distintos menús que componen el panel de configuración de cada red social.

PROGRAMA

DÍA 1: 17.00-20.30h

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

- Historia de las comunidades en Internet
- El Community Manager: perfil y funciones
- Herramientas de un CM

MÓDULO II: Introducción a Twitter

- Primeros pasos
- Qué aporta Twitter a un profesional de la comunicación y a una empresa

DÍA 2: 17.00-20.30h

MÓDULO III: Twitter: usos y estrategias

- 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

MÓDULO IV: Introducción a Facebook

- Navegación y novedades en Facebook
- Uso profesional y empresarial de Facebook:
 - (I): Páginas de fans
 - (II): Grupos
 - (III): El muro

DÍA 3: 17.00-20.00h

MÓDULO V: 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: 17.00-20.30h

MÓDULO VI: 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 VII: Otras redes sociales

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

DÍA 5: 17.00-20.00h

MÓDULO VIII: 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 IX: 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

DÍA 6: 17.00-20.00h

MÓDULO X: 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

MÓDULO XI: Marketing en RRSS

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

DÍA 7: 17.00-20.30h

MÓDULO XII: Comunicación de crisis

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

MÓDULO XIII: El contenido viral

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

MÓDULO XIV: Plantear una estrategia de Community Management

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

EXAMEN FINAL

HORAS:

Presenciales: 23 horas.