

XXIV CURSO SOCIAL MEDIA Y COMMUNITY MANAGER

Del 11 de octubre al 8 de noviembre de 2016

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.

Profesores: Eugenio Sanz y Eva Fontiveros

Índice del curso

DÍA 1: 17:00-20:30h (martes, 11 octubre)

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

- § 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 (jueves, 13 octubre)

MÓDULO III: Twitter: usos y estrategias

- § Estrategias para las empresas en Twitter
- § 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: 18:00-21:00h (martes, 18 octubre)

MÓDULO V: Uso profesional de Facebook y estrategias

- § 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

DÍA 4: 17:00-20:00h (jueves, 20 octubre)

MÓDULO XII: Marketing en RRSS

- § Marketing en FB
- § Marketing en Twitter

DÍA 5: 17:00-20:30h (martes, 25 octubre)

MÓDULO VI: G+

- § Introducción a G+
- § Principales herramientas
- § Universos Google: hacia el 3.0
- § Uso profesional de G+
- § Páginas de fans
- § Lo que está por llegar

MÓDULO VII: Otras redes sociales

- § Las redes sociales móviles
- § La geolocalización
- § Tumblr
- § Youtube
- § Instagram
- § Pinterest
- § Otras redes sociales y nuevas tendencias.

DÍA 6: 17:00-20:00h (jueves, 27 octubre)

MÓDULO VIII: Instagram y Youtube

- § Acciones y Estrategias en Instagram
- § Campañas en Instagram

MÓDULO IX: Youtube

- § Acciones y Estrategias en Youtube
- § Campañas en Youtube

MÓDULO IX: 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 7: 17:00-20:00h (jueves, 3 noviembre)

MÓDULO X: Redes profesionales

- § Para qué sirven las redes profesionales
- § LinkedIn

MÓDULO XI: 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 8: 17:00-20:30h (martes, 8 noviembre)

MÓDULO XIII: Comunicación de crisis

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

MÓDULO XIV: El contenido viral

- § ¿Qué es el contenido viral?
- § Ejemplos de contenido viral

MÓDULO XV: Plantear una estrategia de Community Management

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