

CURSO DE “SOCIAL MEDIA Y COMMUNITY MANAGER”

Del miércoles, 15 de marzo, al viernes, 7 de abril de 2017

Profesores: Eugenio Sanz y Eva Fontiveros

DÍA 1: 17.00-20.30h: 15 MARZO

PARTE I: Introducción al *social media management*. ¿Qué es un CM?

- El *community manager*: perfil y funciones
- Uso profesional de redes sociales

PARTE II: Introducción a Twitter

- Cifras y estadísticas de Twitter en los negocios
- Publicidad en Twitter

PARTE III: Primeras acciones en la gestión de un perfil profesional

- Configuración
- A quién seguir
- Los *followers*
- Herramientas de gestión

DÍA 2: 17.00-20.30h: 17 MARZO

PARTE I: Twitter: usos y estrategias

- Funcionalidades y servicios
- Estrategias para las empresas y profesionales en Twitter
- *Engagement*
- Estadísticas
- Herramientas de monitorización y extensiones

PARTE II: Introducción a Facebook

- Navegación y novedades en Facebook
- Uso profesional y empresarial de Facebook:
 - (I): Perfiles profesionales
 - (II): Fanpage
 - (III): Grupos
- Extensiones Chrome para Facebook

DÍA 3: 18.00-21.00h: 22 MARZO

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: 17.00-20.30h: 24 MARZO

PARTE I: G+

- Introducción a G+
- Principales herramientas
- Universos Google: hacia el 3.0

- Uso profesional de G+
- Páginas de fans
- Lo que está por llegar

PARTE II: Otras redes sociales

- La geolocalización
- Tumblr
- Pinterest
- Otras redes sociales, extensiones y nuevas tendencias.

DÍA 5: 18.00-21.00h: 29 MARZO

Marketing en RRSS

- Marketing en FB
- Marketing en Twitter

DÍA 6: 17.00-20.00h: 31 MARZO

PARTE I: Instragram

- Acciones y estrategias en Instagram
- Campañas en Instagram

PARTE II: Youtube

- Acciones y estrategias en Youtube
- Campañas en Youtube

PARTE III: Reputación *online* 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 *online*

DÍA 7: 17.00-20.00h: 5 ABRIL

PARTE I: Redes profesionales

- Para qué sirven las redes profesionales
- LinkedIn

PARTE II: 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: 7 ABRIL

PARTE I: Comunicación de crisis

- Cómo gestionar crisis en internet y en las redes sociales
- Casos de gestiones óptimas y nefastas en crisis de social media
- Prácticas recomendadas cuando las cosas se ponen difíciles

PARTE II: El contenido viral

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

PARTE III: Plantear una estrategia de *community management*

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