

CURSO DE “SOCIAL MEDIA Y COMMUNITY MANAGER”

Profesores: María Seguí y Eva Fontiveros

Requisitos: Tener perfil y *fanpage* en Facebook (la *fanpage* no ha de estar desarrollada, pero sí estar activa) y cuenta en Twitter, Youtube e Instagram. Además, se verán otras redes sociales como G+, LinkedIn o Pinterest, entre otras. No es un curso de manejo básico de una red social, sino que tiene como objetivo enseñar a los alumnos a gestionar de forma profesional las redes sociales, transmitiéndoles las claves y estrategias del *community management*, la medición de estadísticas sociales, el ROI o la ejecución de campañas de *marketing online* en los *social media*.

DÍA 1: 17.00-20.30h: 7 JUNIO

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 8 JUNIO

PARTE I: Twitter: usos y estrategias

- Funcionalidades y servicios
- Estrategias para las empresas y profesionales en Twitter
- *Engagement*
- Estadísticas y ROI
- 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): *Fanpages*
 - (III): Grupos
- Extensiones Chrome para Facebook

DÍA 3: 17.00-20.00h 14 JUNIO

CONTENIDO: 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, ROI y estadísticas (FB Insights)
- Encontrar menciones
- Utilizar las herramientas de los desarrolladores
- Integrar aplicaciones
- Buenas y malas prácticas.
- Casos de éxito

DÍA 4: 17.00-20.00h: 16 JUNIO

CONTENIDO: Marketing en RRSS

- *Marketing* en FB. Ejemplo práctico: campaña de anuncios en FB
- *Marketing* en Twitter. Ejemplo práctico: campaña de anuncios en Twitter

DÍA 5: 17.00-20.30h: 21 JUNIO

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 6: 17.00-20.00h 23 JUNIO

PARTE I: Instagram

- Acciones y estrategias en Instagram
- Campañas en Instagram
- ROI en Instagram

PARTE II: Youtube

- Acciones y estrategias en Youtube
- Campañas en Youtube
- ROI en Youtube

PARTE III: Snapchat

- Acciones y estrategias en Youtube
- Campañas en Youtube
- ROI en Snapchat

DÍA 7: 17.00-20.00h: 28 JUNIO

PARTE I: Redes profesionales

- Para qué sirven las redes profesionales
- LinkedIn

PARTE II: Blogs y foros

- Los blogs corporativos
- Ejemplos de blogs corporativos
- Foros

DÍA 8: 17.00-20.30h: 30 JUNIO

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