

COMMUNITY MANAGER Y REDES SOCIALES



OBJETIVOS

- Entender el entorno Web 2.0, la nueva comunicación online y el impacto de las redes sociales.
- Gestionar la imagen de su empresa en Internet a través de las redes sociales.
- Adecuar los contenidos para Internet, en base a las necesidades de los usuarios.
- Implementar las redes sociales necesarias según los objetivos marcados.
- Al finalizar el curso serás capaz de establecer objetivos de comunicación en redes sociales y elaborar un plan de comunicación en las mismas según los objetivos marcados.

DIRIGIDO A

- Todas aquellas personas que quieren desarrollar su carrera profesional hacia el Social Media.
- Futuros profesionales que quieran iniciarse y manejar las relaciones entre los usuarios de las redes sociales y las redes sociales de las empresas –Community Manager– de forma profesional.

DURACIÓN, MODALIDAD Y PRECIO

50 Horas

Modalidad: Online

Precio: 360 €

Ayudamos a tu empresa a **gestionar la bonificación** de este curso, contacte con nosotros 10 días antes del inicio del curso en serviciobonificaciones@camaramadrid.es

METODOLOGÍA

La modalidad de formación online es muy flexible ofreciendo al alumno la posibilidad de formarse cuando y donde quiera a través de nuestro Campus Virtual, por lo que el ritmo de aprendizaje lo marca el alumno. Con acceso multiplataforma podrás asistir a clase desde cualquier dispositivo (Ordenador, Tablet, Móvil...)

- Claustro de profesores compuesto por profesionales en activo, con una gran experiencia profesional en las materias que imparten y que te tutorizarán y guiarán para conseguir tus objetivos.

- Encuentros en tiempo real que permiten el contacto directo alumno-profesor permitiendo una perfecta transferencia del Know How de forma bidireccional.
- Título de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Madrid, reconocido empresarialmente a nivel internacional.

PROGRAMA (1/2)

1. Introducción

- ¿Qué es la Web 2.0? De la Web 1.0 a la Web 2.0.
- El impacto en los modelos de comunicación. La era de la conversación digital .
- Comunidades virtuales. Definición, características y fundamentos.
- Las redes sociales como nuevo medio. Definición y características. Diferencias entre comunidad virtual y red social .
- Perfiles profesionales de la Web 2.0.

2. El nuevo marketing digital

- Conceptos básicos sobre el marketing digital .
- El nuevo valor de marca y su posicionamiento.
- Principios del marketing relacional .
- Marketing viral: comunicación, participación, viralidad.
- La estrategia: el marketing social dentro del marketing mix.
- Últimas tendencias del marketing digital.
- El auge del inbound marketing.

3. Los contenidos digitales 2.0

- Internet como canal de comunicación.
- La lectura en Internet.
- La redacción en entornos digitales.
- El contenido audiovisual.
- El fenómeno de la blogosfera. El blog corporativo



PROGRAMA (2/2)

4. Las redes sociales

- Clasificación de las redes sociales
- Facebook
- Twitter
- YouTube
- LinkedIn
- Instagram
- Pinterest
- WhatsApp
- Botones sociales y agregadores de noticias
- Las redes sociales como medio publicitario
- ¿Cómo conseguir seguidores?
- Casos de éxito

5. Community Manager como perfil profesional

- Community Management: funciones y perfiles profesionales.
- La creación de comunidades virtuales .
- Creación y gestión de contenidos 2.0. La búsqueda de fuentes de información.
- La moderación en una comunidad 2.0. Los conflictos en las redes sociales.
- La planificación de la comunicación. Objetivos y acciones de comunicación.
- Gestión de redes sociales: Hootsuite, TweetDeck.
- El Community Manager

6. Analítica y medición

- ¿Qué es la analítica web?
- Glosario de términos.
- Introducción a Google Analytics.
- La analítica en redes sociales .



INFORMACIÓN Y MATRÍCULAS:

elearning@camaramadrid.es
91 538 3838 / 91 538 3500

Escuela de Negocios
C/ Pedro Salinas, 11
28043 Madrid