

NOMBRE DEL CURSO: COMMUNITY MANAGER, HERRAMIENTAS, ANALÍTICAS E INFORMES ÁMBITO: COMERCIO Y MARKETING HORAS: 100

OBJETIVOS:

- ✓ Conocer los principios generales de las Web 2.0 y las herramientas que han surgido con ella.
- ✓ Ser capaz de planificar, ejecutar y evaluar una campaña promocional en los medios sociales.
- ✓ Adquirir conocimientos generales relacionados con el funcionamiento de las principales redes sociales.
- ✓ Saber promocionar un producto, posicionarlo y hacer frente a los posibles problemas.

INDICE:

UNIDAD 1: La figura del Community Manager

Introducción

Objetivos

Mapa Conceptual

1. ¿Qué es un Community Manager y qué no es?
2. ¿Cuáles son las tareas de las que se encarga un Community Manager?
3. Habilidades, Aptitudes y Actitudes del Community Manager
4. El día a día de un Community Manager
5. Evaluación de las funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager
6. Definir las metas de un Community Manager
7. Tipos de Community Manager

Recuerda

UNIDAD 2: Casos de éxito

Introducción

Objetivos

Mapa Conceptual

1. Estrategias de éxito en las redes
2. ¿Qué audiencia tienen las redes sociales?
3. Casos de afinidad entre marca y usuario

4. La marca aprende a través de la experiencia de usuario. Crowdsourcing

5. Marketing Viral

Recuerda

UNIDAD 3: Redes Sociales

Introducción

Objetivos

Mapa Conceptual

1. Evolución de las redes sociales

1.1. Orígenes de las redes sociales

2. Haz una copia de seguridad de tus perfiles en Redes Sociales

3. Comprueba si tu estrategia de empresa en Redes Sociales es la adecuada

4. Los 10 errores más frecuentes en la Gestión de Redes Sociales: Qué no hacer

Recuerda

UNIDAD 4: Redes Sociales profesionales

Introducción

Objetivos

Mapa Conceptual

1. Qué pasos seguir a la hora de iniciar una campaña de marketing online

2. Las Redes Sociales aplicadas a pequeños negocios

3. Cómo utilizar LinkedIn para atraer negocio a tu empresa. Cómo contactar con potenciales clientes

3.1. Crear una página de empresa

3.2. Estrategias de Marketing en LinkedIn

3.3. Como encontrar clientes potenciales

4. Los elementos de una buena recomendación en LinkedIn

5. Otras Redes Sociales Profesionales. Xing y Viadeo

5.1. Xing

5.2. Viadeo

Recuerda

UNIDAD 5: Blog

Introducción

Objetivos

Mapa Conceptual

1. ¿Qué es un blog?
 - 1.1. Autonomía de un blog
 - 1.2. Características de los blogs
2. El blog como herramienta de marketing en la empresa
3. Cómo hacer un blog único y exitoso
4. Una propuesta concreta para implantar un blog corporativo (análisis estratégico)
5. Cómo dirigirse, contactar y captar la atención de un bloguero
6. Estrategias de crecimiento de un blog
 - 6.1. Marketing de contenidos
 - 6.2. SEO (Optimización para motores de búsqueda)
7. Plataformas de blogs: Livejournal, Blogger, WordPress, Tecnhorati...
 - 7.1. Wordpress
 - 7.2. Blogger
 - 7.3. Livejournal
 - 7.4. Tecnhorati
8. Herramientas avanzadas de monitorización
9. Tipos de Blog
10. Conoce cómo proteger tu blog de Wordpress de posibles ataques

Recuerda

UNIDAD 6: Microblogging

Introducción

Objetivos

Mapa Conceptual

1. Twitter: lo bueno si es breve, 2 veces bueno

2. Elementos básicos de Twitter
 3. Twitter para empresas
 4. Servicio de atención al cliente a través de Twitter
 5. Contenidos
 6. Uso de Hashtags y Trending Topic
 7. Twitter Analytics
 8. TweetDeck
 9. Audiense
 10. Hootsuite
 11. Bitly
 12. Como hacer crecer tú marca en twitter
 - 12.1. Twitter Ads
 - 12.2. Twitter Analytics
 13. Otros sistemas de microblogging
- Recuerda

UNIDAD 7: Sinergia de las Redes Sociales

Introducción

Objetivos

Mapa Conceptual

1. Cómo conectar diversas redes para ahorrar tiempo y recursos
 - 1.1. Conectar Facebook con Twitter
 - 1.2. Conectar LinkedIn con Twitter
2. Diez reglas básicas para comunicarse con los usuarios de las Redes Sociales

Recuerda

UNIDAD 8: Wikis y Wikipedia

Introducción

Objetivos

Mapa Conceptual

1. La Wikipedia como fuente de información libre y universal
2. Definición de wiki
3. La incorporación de los wikis en el mundo empresarial

Recuerda

UNIDAD 9: Sindicación de contenidos y Podcasting

Introducción

Objetivos

Mapa Conceptual

1. Cómo la sindicación de contenidos beneficia al tráfico de página: los RSS
2. Qué es un Podcast y cómo utilizarlos
 - 2.1. Origen
 - 2.2. Contenidos de un podcast
 - 2.3. ¿Cómo se escucha un podcast?
 - 2.4. ¿Dónde se almacenan los podcast?
 - 2.5. ¿Cómo utilizar el podcast para tu negocio por Internet?
3. Cómo redactar mejores post

Recuerda

UNIDAD 10: Plataformas de vídeo

Introducción

Objetivos

Mapa Conceptual

1. Youtube
 - 1.1. Otras plataformas de vídeo
2. Video Marketing
3. Crear un canal de empresa
4. Optimización del canal
5. Creación de contenidos
6. Gestión de comentarios

7. Youtube Analytics

8. Youtube vs Vimeo

9. Keyword Tool

10. Youtube Trends

Recuerda

UNIDAD 11: Plataformas de fotografía

Introducción

Objetivos

Mapa Conceptual

1. Cómo utilizar las plataformas de fotografía en beneficio para la marca o producto

2. Introducción a Instagram Ads

2.1. Objetivos publicitarios

2.2 Tipos de anuncios

2.3 Administrador de anuncios

2.4. Presupuesto

2.5. Instagram Partners

2.6. Segmentación

3. Otras plataformas de fotografía: Flickr

Recuerda

UNIDAD 12: Cómo animar una comunidad online

Introducción

Objetivos

Mapa Conceptual

1. Trucos para animar una Comunidad online

2. Estrategias de participación en Redes Sociales

3. La voz de la empresa o la marca

Recuerda