



Community manager

Metodología

- A través de un enlace a la plataforma se introduce un usuario y un password para poder acceder al curso de referencia.
- El alumno deberá superar las distintas unidades o capítulos de los que se componen los módulos, realizando los test, casos prácticos o ejercicios que se le vayan presentando.
- Cada curso tiene un tutor / a asignado, el cual podrá enviar a los alumnos aquellos ejercicios adicionales y pruebas de aptitud que considere necesarias.
- A los alumnos que resulten APTOS se les enviará un CERTIFICADO.

Objetivos

□ **Objetivos Generales**

- Aprender a desarrollar estrategias digitales y planes de acción para su integración en la planificación general de las empresas y su desarrollo a través de las estrategias de marketing 2.0.

□ **Objetivos Específicos**

- Conocer el manejo básico del ámbito 2.0 y las posibilidades que ofrece para las empresas.
- Aprender a analizar las posibilidades que ofrecen las herramientas social media para obtener el máximo beneficio para la empresa.

- Comprender la importancia de crear una comunidad o red de contactos como ventaja competitiva en la nueva cultura 2.0.
- Aprender a gestionar las formas de comunicación actual que demandan los usuarios.
- Aprender a manejar las herramientas y técnicas necesarias para valorar la presencia de una marca en la red, calcular el ROI de la inversión realizada y la pertinencia de la estrategia de marketing que hemos implantado.
- Analizar el papel fundamental que juegan en la mejora de procesos de marketing las redes sociales, y su capacidad para contactar con el usuario de forma directa.
- Entender las estructuras de las redes sociales, normas de funcionamiento, aplicación y potencial como elemento dinamizador y generador de oportunidades de crecimiento y nuevos modelos de negocio para la empresa actual.
- Adquirir las competencias necesarias que demanda el nuevo perfil de profesionales con conocimientos y competencias digitales necesarias para liderar estas nuevas oportunidades en el ámbito 2.0.

Duración

60 horas

Convocatorias

Las convocatorias están abiertas todo el año, puedes comenzar el curso el día que mejor te venga.

Programa

Unidad 1: Social Media y Web 2.0

- Web 2.0
- Social Media
- La figura del Community Manager

Unidad 2: Redes Sociales

- Facebook, el escaparate de tu marca
- La Comunicación en Twitter al servicio de una marca
- Pinterest para profesionales y empresas
- Youtube para profesionales y empresas
- Las Redes profesionales

Unidad 3: Estrategias de Marketing 2.0

- Marketing personal
- Como mejorar la imagen 2.0 Branding
- Las redes sociales como herramienta de Marketing
- El trabajo del Community Manager
- La comunicación viral

Unidad 4: Aplicaciones y Herramientas

- Herramientas para la gestión del perfil de la empresa en el ámbito 2.0
- Analítica y estadísticas
- El ROI en social media