

Experto en Comunity manager en la web 2.0 y redes sociales

Experto en Comunity manager en la web 2.0 y redes sociales

Duración: 300 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

PARTE I

De la web corporativa a las redes sociales

Introducción: antecedentes históricos.

Los Social Media.

El Community manager.

Cómo trabaja un Community Manager

Introducción.

Principios básicos del Community Manager.

© icaformación2026

Tareas y habilidades del Community Manager.

Planificación estratégica.

Las herramientas del Community Manager en la web 2.0

Introducción.

La publicación en blogs.

La publicación de fotografías e imágenes.

La publicación de presentaciones y otros textos.

La publicación de vídeo y audio.

Otras herramientas de publicación 2.0.

El Community Manager en las Redes Sociales

Introducción.

¿Qué son las redes sociales?

Facebook y las redes sociales de amistad.

Twitter y las redes de Microblogging.

Otras Redes sociales.

© icaformación2026

La medición de resultados

Introducción.

Herramientas del Community Manager.

La monitorización en Facebook y Twitter.

Otros aspectos de la Reputación Online.

ética y valores en la web 2.0

Introducción.

La Netiqueta.

El nuevo tipo de consumidor en Internet

PARTE II

MODULO 1. COMMUNITY MANAGER

TEMA 1. LA FIGURA DE UN COMMUNITY MANAGER

¿Qué es un Community Manager?

¿Cuáles son las tareas de las que se encarga un Community Manager?

Habilidades, aptitudes y actitudes del Community Manager

© icaformación2026

El día a día de un Community Manager

Conozcamos a algunos Community Manager de la empresa Española

Evaluación de las funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager

Definir las metas de un Community Manager

Tipos de Community Manager

TEMA 2. CASOS DE ÉXITO

Estrategias de éxito en las redes

¿Qué audiencia tienen las redes sociales?

Casos de afinidad entre marca y usuario

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

Marketing Viral

TEMA 3. REDES SOCIALES

Evolución de las redes sociales

TEMA 4. REDES SOCIALES PROFESIONALES

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

Los elementos de una buena recomendación en LinKendin

Otras redes profesionales. Xing

TEMA 5. BLOG

¿Qué es un Blog?

El Blog como herramienta de MarKeting en la empresa

© icaformación2026

Una propuesta concreta para implantar un Blog corporativo (análisis estratégico)

Cómo dirigirse, contactar y captar la atención de un Blogger

Estrategias de crecimiento de un Blog

Plataformas de los Blogs: Livejournal, Blogger, WordPress, Tecnhorati.

Los Blogs y los foros más importantes de España

Herramientas avanzadas de Monitorización

Tipos de Blogs

TEMA 6. MICROBLOGGING

Twitter, lo buenos si es breve, dos veces bueno

Herramientas para optimizar el uso de twitter

Cómo hacer crecer tu marca en Twitter

Otros sistemas de Microblogging (Jaiku, YouAre…)

TEMA 7. SINERGIA DE LAS REDES SOCIALES

Cómo conectar diversas redes para ahorrar tiempo y recursos: LinKendin, Twitter, Facebook y Blogs

TEMA 8. WIKIS Y WIKIPEDIA

La Wikipedia como fuente de información libre y universal

Definición de Wiki

La incorporación de los Wikis en el mundo empresarial

TEMA 9. SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING

Cómo la sindicación de contenidos beneficia al tráfico de nuestra página. RSS

© icaformación2026

Qué es un podcast y cómo utilizarlos

TEMA 10. PLATAFORMAS DE VÍDEO

Cómo aprovechar al máximo las herramientas en Youtube

El posicionamiento en Youtube

Otras plataformas de vídeo

TEMA 11. PLATAFORMAS DE FOTOGRAFÍA

Cómo utilizar las plataformas de fotografía en beneficio para nuestra marca o producto

Flickr y Panoramio

TEMA 12. CÓMO ANIMAR UNA COMUNIDAD ONLINE

Trucos para animar una Comunidad Online

Estrategias de participación en las redes sociales

La voz de la empresa o la marca

TEMA 13. LA RUMOROLOGÍA

Situaciones de crisis en la red: los hoax

Cómo atajar el problema

TEMA 14. REPUTACIÓN ONLINE

Gestión de tu reputación online

Herramientas y consejos para monitorizar online

Branding digital ¿Qué dicen de tu marca en Internet?

Creación de un sistema de escucha/alertas.

© icaformación2026

Importancia de opiniones en la red

TEMA 15. LAS LICENCIAS EN LA RED

La propiedad intelectual en la red, las redes sociales y en los Blogs

Licencias. Creative Commons

Valores de la Web 2.0 y normas de conducta básica

TEMA 16. CÓMO MEDIR Y EVALUAR LOS RESULTADOS EN BASE A INDICADORES CLAVE (KPI´S)

¿Qué y cómo se puede medir?

Analítica Web

TEMA 17. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LAS DIFERENTES COMUNIDADES

¿Qué es una comunidad?

Factores clave en el desarrollo de una comunidad virtual

Análisis de las principales comunidades: fines y herramientas

Facebook - Guía de Facebook

Twitter - Guía de Twitter

Youtube - Guía de Youtube

Tuenti - Guía de Tuenti

MODULO 2. REDES SOCIALES 3.0 Y SOCIAL MEDIA STRATEGY

TEMA 1. INTRODUCCIÓN A INTERNET

Internet

La Web

© icaformación2026

TEMA 2. LA WEB 2.0

La Web 2.0

Aplicaciones de la Web 2.0. Principios constitutivos

Las tecnologías en la web 2.0

Ventajas de la Web 2.0

TEMA 3. PRINCIPALES APLICACIONES DE LA WEB 2.0

Introducción

Blogs

Marcadores sociales

Servicios de alojamiento y gestión de fotografía y vídeo

Wikis

Aplicaciones en línea

Podcast

TEMA 4. USOS DE LA WEB 2.0 EN LA SOCIEDAD

Usuarios de Internet en España

El usuario 2.0

Arquitectura de la participación

Usabilidad y accesibilidad

Usos de la Web 2.0 en la sociedad

TEMA 5. INTRODUCCIÓN A LAS REDES SOCIALES

© icaformación2026

Origen de las Redes Sociales

Marcadores Sociales

Ventajas y desventajas del uso de las redes sociales

Las redes sociales en los móviles

TEMA 6. FACEBOOK

Introducción

Conceptos básicos del uso de Facebook

Registro en Facebook

Página principal de usuario

Tipos de perfiles

Herramientas de Facebook para empresas

Facebook en los móviles

TEMA 7. GOOGLE+

Introducción

Conceptos básicos para el uso de Google+

Registro

Página principal de usuario

Fotos

Nuestro perfil

Los círculos

© icaformación2026

Los juegos

TEMA 8. TWITTER

Introducción

Conceptos básicos para el uso de Twitter

Registro en Twitter

Página principal de usuario

Twitter para empresas

TEMA 9. TUENTI

Introducción

Tuenti

Registro en Tuenti

Tu página de inicio en Tuenti

Tuenti para empresas

TEMA 10. LINKEDIN

Linkedin

Registro en Linkedin

Vamos a utilizar Linkedin

Acciones a realizar en Linkedin

Página de usuario de Linkedin

Linkedin para empresas

© icaformación2026

MÓDULO 3. CDROM COMMUNITY MANAGER (VIDEOTUTORIALES)

Alta Facebook

Alta Twitter

Creación y administración de cuenta en Wordpress

Conexión de cuentas

Wikipedia

Vídeos en Youtube

Social Mentions

Creative commons

Google Analytics

Guía Facebook

MÓDULO 4. CDROM REDES SOCIALES (VIDEOTUTORIALES)

Internet y la web

Web 2.0

Blog

Redes sociales

El botón me gusta y perfiles de Facebook

Google +

Tweets,Timeline, Hashtag, Trending topics

Registrarse en Tuenti

© icaformación2026

Alta en LinkedIn

© icaformación2026