Community manager. Claves para la gestión de comunidades on line

Community manager. Claves para la gestión de comunidades on line

Duración: 30 horas

Precio: 420 euros.

Modalidad: e-learning

Objetivos:

OBJETIVO GENERAL Contribuir a situar las principales tareas que debe asumir el Responsable de Comunidades virtuales, e identificar las habilidades, aptitudes y actitudes que son necesarias para su desarrollo profesional, facilitando las claves y los conceptos esenciales de esta profesión

OBJETIVOS ESPECÍFICOS Aprender a gestionar la imagen de la empresa en Internet y las redes sociales Conocer las técnicas del marketing on-line Dominar las tecnologías y las herramientas sociales Descubrir cómo crear estrategias empresariales en los medios sociales

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.

© icaformación2025

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.

© icaformación2025

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:

UNIDAD DIDÁCTICA 1: EL ENTORNO 2.0. LA WEB DE LAS PERSONAS, UN NUEVO ESCENARIO PARA LAS MARCAS
- La evolución de Internet. Principios fundamentales de la Web Social
- La participación y el diálogo, un nuevo escenario para la comunicación
- Los nuevos conceptos de Social Media
- De usuarios a clientes. El perfil de los usuarios de los medios sociales
- La necesidad de nuevos perfiles profesionales

UNIDAD DIDÁCTICA 2: MARKETING EN LOS MEDIOS SOCIALES
- El Marketing en los Medios Sociales
- Herramientas de Social Media Marketing
- Publicidad y Promoción online

UNIDAD DIDÁCTICA 3: FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL COMMUNITY MANAGER
- Qué es y qué no es un Community Manager
- Funciones y Responsabilidades del Community Manager
- Modelo básico de organización de un Departamento de Social Media.
- Herramientas y aplicaciones de Productividad y de Gestión

UNIDAD DIDÁCTICA 4: EL SOCIAL MEDIA PLAN
- La Estrategia del Social Media
- El Plan de Marketing en los Medios Sociales
- Criterios de éxito en proyectos de Social Media
- Terminología social. Conceptos de Social Media
- Herramientas de utilidad para el Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 5: LA GESTIÓN DE LA COMUNIDAD ONLINE

© icaformación2025

- La creación de la comunidad
- Estrategias de comunidad en las Redes Sociales
- La Gestión de la comunidad
- Buenas prácticas. Casos de éxito.

UNIDAD DIDÁCTICA 6: MARKETING DE CONTENIDOS
- La clave en social media: la generación de contenido
- El marketing de contenidos
- Elaboración y publicación de contenidos
- Contenidos adecuados y legales
- Gestores de contenido social

UNIDAD DIDÁCTICA 7: LA GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN ONLINE
- Qué no es y qué puede ser la reputación online
- Investigación y monitorización
- Construyendo la reputación
- Como abordar una crisis en los medios sociales
- Herramientas y aplicaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8: PRINCIPALES PLATAFORMAS SOCIALES. BLOGS, FACEBOOK, TWITTER
- Los blogs como estrategia para alcanzar objetivos corporativos
- Facebook, estrategias para desarrollar un entorno corporativo
- Twitter, la comunicación bidireccional

UNIDAD DIDÁCTICA 9: OTRAS PLATAFORMAS SOCIALES
- Google+, la red social del líder.
- Flickr, la imagen; Youtube, el vídeo.
- Linkedin, los contactos profesionales.
- Foursquare, la geolocalización.
- Pinterest, los paneles de imágenes

UNIDAD DIDÁCTICA 10: POSICIONAMIENTO WEB Y POSICIONAMIENTO SOCIAL
- Posicionamiento web SEO
- Posicionamiento social, SMO
- Factores de influencia en el posicionamiento orgánico
- Cómo planificar una estrategia seo competitiva
- Herramientas y aplicaciones

© icaformación2025