



INESEM
Instituto Europeo de
Estudios Empresariales

Curso Community Manager

Curso Community Manager

Duración: 180 horas

Precio: 0 € *

Modalidad: A distancia

* 100 % bonificable para trabajadores.

Descripción

No cabe duda de que el tema de las Redes Sociales está despertando un gran interés en las empresas y que en poco tiempo ha aparecido una nueva profesión en el panorama de Internet, los Community Managers. Estos son los responsables de dinamizar la comunidad de seguidores de una marca en las redes sociales, y además son la cara que toda empresa necesita cuando quiere hablar de tú a tú con los usuarios en la red.



A quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

Objetivos

- Gestionar la imagen de una empresa dentro de las redes sociales e Internet para tener mayor reputación y dominar las principales técnicas del marketing y comunicación online.
- Saber maximizar el rendimiento de las redes sociales y comunidades online
- Conocer las distintas estrategias de éxito que te ayuden a aumentar la reputación online de la empresa.
- Aprender a dinamizar una comunidad online.

Para que te prepara

Con este curso serás capaz de gestionar la imagen de una empresa en Internet y las redes sociales (elaboración y ejecución de un Plan de Reputación online) y dominarás las técnicas del marketing online aplicadas a la gestión de comunidades.

Salidas laborales

Responsable de MarKeting, Community Manager,

Titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales, Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo y Fondo Social Europeo).



Forma de subvención

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

Metodología

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 donde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios.

Los materiales son de tipo monográfico, de sencilla lectura y de carácter eminentemente práctico. La metodología a seguir se basa en leer el manual teórico, a la vez que se responden las distintas cuestiones que se adjuntan al final de cada bloque temático.

Para su evaluación, el alumno/a deberá hacernos llegar en el sobre de franqueo en destino, el "Cuaderno de Ejercicios" que se adjunta. La titulación será remitida al alumno/a por correo, una vez se haya comprobado el nivel de satisfacción previsto (60% del total de las respuestas).

Materiales didácticos

- Manual teórico 'Community Manager'
- Manual teórico 'Redes Sociales 3.0 y Social Media Strategy'
- Cuaderno de ejercicios
- Cuaderno de ejercicios



Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional.

Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta con rapidez.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.



Plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

Si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada.

Campus virtual online

Especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de INESEM ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

Club de alumnos

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

Revista digital

El alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

+ Información Gratis

Programa formativo

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

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

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, Technorati.

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

Qué es un podcast y cómo utilizarlos

+ Información Gratis

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.

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

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

+ Información Gratis

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

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

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

+ Información Gratis

[+ Información Gratis](#)