

CURSO ONLINE 100% BONIFICADO

COMMUNITY MANAGER EN LA WEB 2.0 Y REDES SOCIALES



Curso bonificado por Fundación Tripartita y Seguridad Social. No supone ningún coste para empresa ni trabajador
Duración: 60 horas | Modalidad: online

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

¿Qué es un Community Manager y qué no es?

¿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

Evaluación de las funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager

Definir las metas de un Community Manager

Tipos de Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REDES SOCIALES

Evolución de las redes sociales

Haz una copia de seguridad de tus perfiles en Redes Sociales

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

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. REDES SOCIALES PROFESIONALES

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

Las Redes Sociales aplicadas a pequeños negocios

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

- Crear una página de empresa

- Estrategias de Marketing en LinkedIn

- Como encontrar clientes potenciales

Los elementos de una buena recomendación en LinkedIn

Otras Redes Sociales Profesionales. Xing

UNIDAD DIDÁCTICA 5. BLOGS

¿Qué es un blog?

- Autonomía de un blog

- Características de los blogs

El blog como herramienta de marketing en la empresa

Cómo hacer un blog único y exitoso

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

Cómo dirigirse, contactar y captar la atención de un bloguero

Estrategias de crecimiento de un blog

- Marketing de contenidos
- SEO (Optimización para motores de búsqueda)

Plataformas de blogs: Livejournal, Blogger, WordPress, Tecnhorati?

- Wordpress
- Blogger
- Livejournal
- Tecnhorati

Herramientas avanzadas de monitorización

Tipos de Blog

Conoce cómo proteger tu blog de Wordpress de posibles ataques

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MICROBLOGGING

Twitter: lo bueno si es breve, 2 veces bueno

Herramientas para optimizar el uso de twitter

Como hacer crecer tú marca en twitter

- Twitter Ads
- Twitter Analytics

Otros sistemas de microblogging

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SINERGIA DE LAS REDES SOCIALES

Cómo conectar diversas redes para ahorrar tiempo y recursos:

LinkedIn, Twitter, Facebook y blogs

- Conectar Facebook con Twitter
- Conectar Facebook con MSN
- Conectar LinkedIn con Twitter

Diez reglas básicas para comunicarse con los usuarios de las Redes Sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 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

UNIDAD DIDÁCTICA 9. SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING

Cómo la sindicación de contenidos beneficia al tráfico de nuestra página: los RSS

Qué es un Podcast y cómo utilizarlos

- Origen
- Contenidos de un podcast
- ¿Cómo se escucha un podcast?
- ¿Dónde se almacenan los podcast?
- ¿Cómo utilizar el podcast para tu negocio por Internet?

Cómo redactar mejores post

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PLATAFORMAS DE VÍDEO

Cómo aprovechar al máximo las herramientas de YouTube

El posicionamiento en YouTube

Otras plataformas de vídeo

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PLATAFORMAS DE FOTOGRAFÍA

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

Flickr y Panoramio

UNIDAD DIDÁCTICA 12. CÓMO ANIMAR UNA COMUNIDAD

Trucos para animar una Comunidad online

Estrategias de participación en Redes Sociales

La voz de la empresa o la marca

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LA RUMOROLOGÍA

Situaciones de crisis en la red: los hoax

Cómo atajar el problema

- Cómo interpretar el gráfico de ciclo de vida de Crisis en Redes Sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 14. REPUTACIÓN ONLINE

Gestión de tu reputación online

Herramientas y consejos para monitorizar online

- ¿Qué podemos medir en la monitorización?
- ¿Cómo podemos medir? Optimizar las herramientas disponibles
- Aprende a Monitorizar la reputación online de tu negocio

Branding digital ¿qué dicen de tu marca en Internet?

Creación de sistema de escucha/alertas

- Brandwatch
- Google Alerts
- HootSuite
- TweetReach
- Social Mention
- Google Analytics
- Mention
- Addictomatic
- HowSociable
- TweetDeck

Importancia de opiniones en la red

UNIDAD DIDÁCTICA 15. LAS LICENCIAS EN LA RED

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

- Protección de la Propiedad Intelectual
- Protección de los datos de carácter personal
- Protección de la privacidad, honor, intimidad y propia imagen
- Protección de los consumidores y usuarios

Licencias: Creative Commons

Valores de la Web 2.0 y normas de conducta básica

UNIDAD DIDÁCTICA 16. CÓMO MEDIR Y EVALUAR LOS RESULTADOS EN BASE A INDICADORES CLAVE (KPI'S)

¿Qué y cómo se puede medir?

Analítica Web

- Análisis gratuito a tu Web para mejorar el SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 17. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LAS DIFERENTES COMUNIDADES

¿Qué es una comunidad?

Factores clave en el desarrollo de una comunidad virtual

- Estrategia 1: Soporte a la comunidad
- Estrategia 2: Convertirse en el miembro de la comunidad
- Otros aspectos relevantes en el desarrollo de comunidades virtuales

Análisis de las principales comunidades: fines y herramientas

Facebook - Guía de Facebook

- Te ayudan a protegerte
- Fomentar un comportamiento respetuoso
- Proteger tu cuenta e información personal
- Proteger tu propiedad intelectual

Twitter - Guía de Twitter

- Limitaciones del contenido y uso de Twitter

- Comportamiento abusivo
 - Spam
- YouTube - Guía de YouTube

UNIDAD DIDÁCTICA 18. FACTORES EN SOCIAL MEDIA

Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia

- ¿Qué variables podemos tener en cuenta en nuestro Social Media?

Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media

Cómo crear un Social Media Plan para tu Negocio

Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas

Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas

Aprende a medir en términos cuantificables el ROI de una estrategia de Social Media

Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing

- Cómo hacer correctamente un envío de Email

- ¿Son rentables nuestras acciones de Email Marketing?

MODULO 2. REDES SOCIALES 2.0 Y SOCIAL MEDIA STRATEGY UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA WEB 2.0

¿Qué es la Web 2.0?

Nuevos conceptos de la Web 2.0

Web 2.0: Aplicaciones

Principales Ventajas de la Web 2.0

Web 3.0

UNIDAD DIDÁCTICA 2. WEB 2.0: PRINCIPALES APLICACIONES

Introducción

Elementos de la Web 2.0: Blogs, webs, wikis

Marcadores sociales

Aplicaciones tecnológicas para la comunicación y el desarrollo en línea

Alojamiento de archivos

Desarrollo del usuario 2.0

UNIDAD DIDÁCTICA 3. WEB 2.0 Y REDES SOCIALES DE HOY EN DÍA

Análisis de los usuarios de Internet en España

Perfil de Usuario/a 2.0

Participación del usuario con la web 2.0

Usabilidad y accesibilidad

Web 2.0: Utilidades en Educación

UNIDAD DIDÁCTICA 4 REDES SOCIALES: PRINCIPALES APLICACIONES

Orígenes de las redes sociales

¿Qué son las redes sociales?

Principales conceptos de las redes sociales

Redes sociales: Servicios principales

Redes sociales: Importancia e impacto

Redes sociales como profesión

Redes sociales: Pros y contras

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REDES SOCIALES: CLASIFICACIÓN

Tipos de redes sociales

Redes sociales dirigidas a un público genérico

Redes sociales orientadas a gustos e intereses

UNIDAD DIDÁCTICA 6. REDES SOCIALES MÓVILES

Los dispositivos móviles y las redes sociales

Clasificación de redes sociales móviles

Principales peligros de las redes sociales móviles

UNIDAD DIDÁCTICA 7. REDES SOCIALES: RECOMENDACIONES DE USO

Principios de uso

Twitter: Principales consejos de uso

2.2 ¿Qué es el Timeline?

Crear cuenta Twitter

Página de usuario

Twitter en negocios

UNIDAD DIDÁCTICA 8. REDES SOCIALES: RESPONSABILIDADES LEGALES

Redes Sociales: Servicios prestados por internet

Protección de Datos de Carácter Personal

Seguridad en la Privacidad, Honor, Intimidad y Propia Imagen

Propiedad Intelectual

Consumidores y usuarios: Protección

Redes sociales: Incidencias Legales

Redes sociales: Colectivo vulnerable Menores e incapaces

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMMUNITY MANAGER

Definición de Community Manager

Community Manager: Tareas

Personalidad del Community Manager

Community Manager: el trabajo de cada día

Responsabilidades del Community Manager

Clasificación de Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 10. REDES SOCIALES: OPTIMIZACIÓN

Redes sociales : Promociones especiales

Cuidar la relación con tus fans

Elegir la red social ideal para tu empresa

Centrarse en las redes sociales ideales para nuestra marca

Obtener el máximo rendimiento a las redes sociales

Motivación de los usuarios

UNIDAD DIDÁCTICA 11. IDENTIFICAR LA EFICACIA EN SOCIAL MEDIA

Características a tener en cuenta para medir la eficiencia en Social Media

¿Cómo medir las conversiones en los Social Media?

Social Media Plan ideal para tu empresa

Principales usos de Social Media Marketing para potenciar nuestros ingresos

Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas

Principios básicos de medición del retorno de la inversión

Midiendo el retorno de inversión de una campaña de Mailing



Si quieres información o inscribirte,
pincha aquí y déjanos tus datos
para que nos pongamos en contacto

www.cubicformacion.com