



Community manager

Objetivos

□ **Objetivo General:**

- 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:**

- Comprender el concepto de Web 2.0, sus orígenes y evolución a través de los avances más significativos en las tecnologías al servicio de la comunicación.
- Acercar la figura del Community Manager como clave para la empresa 2.0.
- Fomentar el uso de las herramientas Social Media en la organización de forma eficiente y al servicio de los intereses de la entidad.
- Conocer las posibilidades que ofrece el Social Media como nuevo espacio para la promoción y difusión de diferentes productos y estrategias de comunicación.
- Aprender a practicar la escucha activa y dialogar con los usuarios en el espacio 2.0 que constituyen las redes sociales.
- Saber manejar las diferentes herramientas que nos ofrecen las diferentes redes sociales para las empresas y obtener el mejor rendimiento.
- Ser capaces de potenciar la presencia de una marca en la red a través de la gestión de una página de empresa en la red social que mejor sirva a sus intereses.
- Conocer los diferentes casos de éxito de empresas en su gestión de páginas de empresa en las redes sociales.
- Aprender a utilizar las redes sociales profesionales para aumentar el valor social entorno a la empresa, marca o producto.
- Conocer las herramientas que se precisan para obtener el máximo beneficio de las redes sociales profesionales.
- Adquirir los conocimientos básicos para realizar una adecuada práctica de comunicación en las redes sociales para su utilización como herramienta profesional.
- Conocer la labor que lleva a cabo un profesional Community Manager.

- Ser capaz de interpretar estadísticas en redes sociales y verificar los resultados obtenidos.
- Aprender a manejar las herramientas y técnicas necesarias para valorar la presencia de una marca o empresa en la red.
- Conocer el retorno de inversión en nuestro negocio y la pertinencia de la estrategia de marketing en Social Media que hemos implantado.
- Ser capaz de interpretar estadísticas y verificar los resultados obtenidos para nuestra estrategia de marketing.
- Aprender a manejar las herramientas y técnicas necesarias para valorar la presencia de una marca o empresa en la red.
- Saber calcular el ROI o retorno de la inversión realizada.
- Conocer el retorno de inversión en nuestro negocio y la pertinencia de la estrategia de marketing que hemos implantado.

Contenidos

60 horas	Community manager
10 horas	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 1: Social Media y Web 2.0. <ul style="list-style-type: none"> • Web 2.0. • Social Media. • La figura del Community Manager.
25 horas	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 2: Redes Sociales. <ul style="list-style-type: none"> • 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.
15 horas	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 3: Estrategias de Marketing 2.0. <ul style="list-style-type: none"> • Marketing personal. • Como mejorar la imagen 2.0 Branding. • Las redes sociales como herramienta de Marketing. • El trabajo del Community Manager. • La comunicación viral.
10 horas	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 4: Aplicaciones y herramientas. <ul style="list-style-type: none"> • Herramientas para la gestión del perfil de la empresa en el ámbito 2.0. • Analítica y estadísticas. • El ROI en social media.
60 horas	4 unidades