

A close-up photograph of a person's hand using a black computer mouse. The background is blurred, showing a computer monitor and keyboard. A decorative graphic of seven white circles of varying sizes is arranged in a vertical line on the right side of the image. A semi-transparent grey rounded rectangle is positioned in the upper left quadrant, containing the text 'Community manager'.

**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:**

- Conocer el manejo básico del ámbito 2.0 y las posibilidades que ofrece para las empresas.
- Aprender a analizar las posibilidades que ofrecen las herramientas social media para obtener el máximo beneficio para la empresa.
- Comprender la importancia de crear una comunidad o red de contactos como ventaja competitiva en la nueva cultura 2.0.
- Aprender a gestionar las formas de comunicación actual que demandan los usuarios.
- Aprender a manejar las herramientas y técnicas necesarias para valorar la presencia de una marca en la red, calcular el ROI de la inversión realizada y la pertinencia de la estrategia de marketing que hemos implantado.
- Analizar el papel fundamental que juegan en la mejora de procesos de marketing las redes sociales, y su capacidad para contactar con el usuario de forma directa.
- Entender las estructuras de las redes sociales, normas de funcionamiento, aplicación y potencial como elemento dinamizador y generador de oportunidades de crecimiento y nuevos modelos de negocio para la empresa actual.
- Adquirir las competencias necesarias que demanda el nuevo perfil de profesionales con conocimientos y competencias digitales necesarias para liderar estas nuevas oportunidades en el ámbito 2.0.

## Contenidos

|                 |  |
|-----------------|--|
| <b>60 horas</b> | <b>Community Manager</b>   |
|                 | <b>Módulo 1</b>  |
| 10 horas        | <ul style="list-style-type: none"> <li>□ <b>Unidad 1:</b> Social Media y Web 2.0.             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Web 2.0.</li> <li>• Social Media.</li> <li>• La figura del Community Manager.</li> </ul> </li> </ul>  |
|                 | <b>Módulo 2</b>  |
| 20 horas        | <ul style="list-style-type: none"> <li>□ <b>Unidad 1:</b> Redes Sociales.             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook, el escaparate de tu marca.</li> <li>• La Comunicación en Twitter al servicio de una marca.</li> <li>• Pinterest para profesionales y empresas.</li> <li>• Youtube para profesionales y Empresas.</li> <li>• Las Redes profesionales.</li> </ul> </li> </ul> |
|                 | <b>Módulo 3</b>  |
| 20 horas        | <ul style="list-style-type: none"> <li>□ <b>Unidad 1:</b> Estrategias de Marketing 2.0.             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing personal.</li> <li>• Como mejorar la imagen 2.0 Branding.</li> <li>• Las redes sociales como herramienta de Marketing.</li> <li>• El trabajo del Community Manager.</li> <li>• La comunicación viral.</li> </ul> </li> </ul>                  |
|                 | <b>Módulo 4</b>  |
| 10 horas        | <ul style="list-style-type: none"> <li>□ <b>Unidad 1:</b> Aplicaciones y Herramientas.             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Herramientas para la gestión del perfil de la empresa en el ámbito 2.0.</li> <li>• Analítica y estadísticas.</li> <li>• El ROI en social media</li> </ul> </li> </ul>  |
| <b>60 horas</b> | <b>4 Módulos y 4 unidades</b>  |