

COMM104 Community Manager (Redes sociales) (50 horas)

En el presente curso se analiza en profundidad la figura del Community Manager, su origen y su evolución hasta el día de hoy. Además, se dan a conocer las tareas y roles que debe desarrollar un Community Manager eficaz. También se estudian las principales características de las comunidades virtuales y redes sociales así como los perfiles de usuarios que participan en ellas. Finalmente, se profundiza sobre cómo gestionar los contenidos que se generan en Internet.

Objetivos

- Conocer las competencias clave que un community manager debe alcanzar y las características de su puesto de trabajo.
- Dominar los principios del marketing online y las formas más efectivas de difundir un mensaje utilizando los diferentes canales online existentes.
- Aprender a utilizar de forma experimentada las principales plataformas de Social Media y aprender a multiplicar sus efectos utilizándolas de forma coordinada.
- Analizar conversaciones y opiniones en las redes sociales sobre productos o marcas.
- Dominar las técnicas para la generación de reputación online positiva sobre una empresa, producto o servicio.
- Aprender a monitorizar nuestra marca y la competencia a través de las redes sociales.
- Fomentar el autoaprendizaje, ya que las herramientas que se utilizan en este ámbito cambian cada muy poco tiempo y hay que mantenerse actualizado.
- Favorecer el desarrollo de las siguientes competencias en el alumnado: competencia en comunicación lingüística, tratamiento de la información y competencia digital, competencia de aprender a aprender, competencia de autonomía e iniciativa personal, competencia en el conocimiento y la interacción con el mundo online y competencia social.

Requisitos

No son necesarios conocimientos previos.

Temario

Unidad didáctica 1. Social media y Community Management

1. Redes sociales y comunidades
2. Fijar los objetivos de un proyecto online: Acquisition, *engagement*, conversion, fidelization
3. La figura del *Community Manager*: funciones y responsabilidades
4. Cómo dinamizar comunidades online
5. Cómo trabajar los contenidos en social media

Unidad didáctica 2. Estrategia y Creación del Plan de Medios Sociales

1. La publicidad contextual
2. Publicidad en buscadores y SEO

3. Publicidad en blogs y RSS
4. Publicidad display en redes sociales
5. Publicidad geolocalizada y según hardware

Unidad didáctica 3. Facebook

1. Características principales
2. Fanpages en Facebook: ¿Cómo gestionarlas? ¿Cómo hacerlas crecer?
3. Engagement ¿Cómo conseguir engagement con la comunidad?
4. Pestañas y aplicaciones en Facebook

Unidad didáctica 4. Twitter

1. Twitter. Características principales
2. Lenguaje específico de Twitter
3. Cómo aumentar el número de followers

Unidad didáctica 5. Pinterest, Google+, LinkedIn, imagen social y vídeo marketing

1. Pinterest, la plataforma visual
2. Google+. Características principales
3. LinkedIn. Características principales
4. Gestionar los contactos en LinkedIn
5. Cómo elaborar y optimizar un CV en LinkedIn (cómo mejorar un extracto con palabras clave)
6. Imagen social: Instagram, Flickr. Pinterest (la plataforma visual para e-commerce)
7. Principios del videomarketing. YouTube, Vimeo y Vine

Unidad didáctica 6. Herramientas del Community Manager

1. HootSuite y TweetDeck
2. Isuu, Slideshare y Prezi: compartir presentaciones y PDF
3. Diseño de newsletters y e-mailing