

Community manager

AF: 40233

OBJETIVO

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.

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.

ÍNDICE

Módulo 1

Unidad 1: Social Media y Web 2.0.

- Web 2.0.
- Social Media.
- La figura del Community mManager.

Módulo 2

Unidad 1: Redes Sociales.

- 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.

Módulo 3

Unidad 1: Estrategias de Marketing 2.0.

- Marketing personal.
- Como mejorar la imagen 2.0 Branding.
- Las redes sociales como herramienta de Marketing.
- El trabajo del Community Manager.
- La comunicación viral.

Módulo 4

Unidad 1: Aplicaciones y Herramientas.

- Herramientas para la gestión del perfil de la empresa en el ámbito 2.0.
- Analítica y estadísticas.
- El ROI en social media"

