



Community Manager y Redes Sociales

 Duración: 8.00 horas

Descripción

La figura del Community Manager en el ámbito empresarial es totalmente nueva y novedosa en el tiempo, por lo que está poco analizada, y es prácticamente desconocida, lo que conlleva que esté poco desarrollada.

El Community Manager o Responsable de Comunidad, es la persona encargada de crear, gestionar y dinamizar una Comunidad de usuarios en Internet con independencia de la plataforma que empleen.

En este curso, se trata en profundidad cuáles son las funciones y habilidades que ejerce el Community Manager, así como las herramientas de que dispone para realizar su trabajo de forma eficaz.

Objetivos

Comprender e interiorizar cuáles son las funciones del Community Manager.

Aprender a generar un plan de medios social y cómo gestionar adecuadamente una comunidad online en facebook y Twitter.

Manejar las herramientas de medición disponibles.

Estudiar y conocer las campañas de otras empresas en medios sociales.

Aprender a gestionar comunidades online en Facebook y Twitter.

Conocer y desarrollar estrategias para la gestión de la reputación online.

Contenidos

Community Manager y Redes Sociales

Unidad.- Comunidades virtuales y el Community Manager

- Las Comunidades Virtuales
- Tipos de comunidades
- Beneficios de las Comunidades Virtuales
- Perfiles de usuarios en una comunidad virtual
- Definición de Community Manager

- ¿Toda empresa necesita un community manager?
- Perfil y Habilidades del Community Manager
- Quién puede ser un Community Manager
- Habilidades y Actitudes del Community Manager
- Posicionar al Community Manager en la Empresa
- Funciones, Tareas y Responsabilidades del Community Manager
- Funciones Específicas
- I.- Tareas Específicas
- II.- Tareas Específicas
- Responsabilidades Principales del CM
- I.- Responsabilidades y Objetivos del Community Manager
- II.- Responsabilidades y Objetivos del Community Manager
- Medir la Actividad de mi Red Social
- Diferencia entre SMM y CM
- ¿Qué debe saber un Community Manager sobre la marca?
- Escuchar al cliente
- Conocer a la competencia
- Las 7 "C" del Community Management
- Autopráctica: Funciones de un Community Manager
- Herramientas esenciales del Community Manager
- Herramientas Avanzadas del Community Manager
- Bancos de imágenes
- Alertas de mención
- Google Alerts
- Administradores de múltiples perfiles en redes sociales
- Autopráctica - Programar contenidos
- Herramientas analíticas
- Herramientas colaborativas
- Consejos para resolver crisis en redes sociales
- Consejos para resolver crisis en redes sociales (II)
- Pautas para crear concursos en redes sociales

- Organización interna de un concurso
- Recomendaciones para preparar un concurso en una red social
- Cómo presentar el resultado de nuestro trabajo como Community Managers
- Qué evitar en un informe sobre nuestra actividad como Community Managers
- Lograr un buen informe sobre nuestra actividad como Community Managers
- Autopráctica: Análisis de la actividad de un CM
- Test
- Documentación

Unidad.- Plan de Comunicación On Line

- Etapa 1: Identificar el Público Objetivo
- Etapa 2: Identificar Palabras Clave
 - Ventajas y Desventajas de elegir buenas palabras clave
 - Cómo elegir las mejores palabras claves (Keyword)
- Etapa 3: Publicar Contenidos
- Etapa 4: Potenciar Vínculos
- Etapa 5: Medir Resultados
- Elaboración de planes óptimos
- Qué es una marca - Diferencia entre imagen de marca e identidad de marca
- Qué es la reputación online de una marca
- I.- La Gestión de la Reputación Online y e-branding
 - II.- La Gestión de la Reputación Online y e-branding
 - ¿Qué recursos pueden ayudar a potenciar la reputación digital?
 - Fases para controlar la reputación digital
 - Cómo gestionar una crisis de reputación online
- Publicity
- Autopráctica - Plan de Comunicación
- Test
- Documentación