



# Community Manager y Comunicación Corporativa

Código: 466997

Duración: 6.00 horas

## Descripción

---

¿Quieres establecer una relación cercana entre tu marca y tus potenciales clientes? ¿Te gustaría humanizar la imagen de tu empresa? ¿Estás buscando mejorar la comunicación externa de tu negocio? ¿Necesitas ofrecer respuestas rápidas y online? ¿Es hora de adaptarte a los nuevos canales tecnológicos imperantes? Si has respondido afirmativamente a alguna de estas preguntas, necesitas realizar este curso.

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 emplee.

En esta formación aprenderás a gestionar comunidades virtuales y a utilizar las herramientas necesarias para efectuar una comunicación online efectiva.

Además, conocerás los conceptos necesarios para diseñar un plan de comunicación online y cómo actuar ante una crisis de reputación en internet.

## Objetivos

---

- El objetivo principal de este curso es que el alumno adquiera los conocimientos necesarios para actuar como Community Manager realizando una gestión de la comunidad virtual con excelencia.
- Que aprenda cuáles son las tareas que debe realizar.
- Que conozca los pasos para diseñar un plan de comunicación online.
- Que desarrolle estrategias para gestionar eficientemente la reputación online de la marca.

### Community Manager y Comunicación Corporativa

- Las Comunidades Virtuales
- Beneficios de las Comunidades Virtuales
- Perfiles de usuarios en una comunidad virtual
- Community Manager
- Definición de Community Manager
- ¿Toda empresa necesita un community manager?
- Habilidades y Actitudes del Community Manager
- Tareas del Community Manager
- Funciones Específicas del community manager
- Medir la Actividad de mi Red Social
- Diferencia entre SMM y CM
- Las 7 "C" del Community Management
- Autopráctica: Funciones de un Community Manager
- Herramientas esenciales del Community Manager
- Qué es Hootsuite
- Cómo abrir una cuenta de Hootsuite
- Partes principales del tablero de Hootsuite
- Cómo añadir pestañas al tablero de Hootsuite
- Cómo añadir columnas al tablero de Hootsuite
- Cómo compartir o programar contenido
- Cómo interactuar utilizando las redes sociales
- Cómo crear un informe para analizar los datos
- Bancos de imágenes
- Alertas de mención
- Google Alerts
- Administradores de múltiples perfiles en redes sociales
- Herramientas analíticas
- Consejos para resolver crisis en redes sociales
- Pautas para crear concursos en redes sociales
- Organización interna de un concurso
- Pautas para realizar un sorteo en Instagram
- Cómo crear un sorteo en Facebook
- Recomendaciones para que el sorteo en Facebook sea un éxito
- Cómo presentar el resultado de nuestro trabajo como Community Managers
- Sindicación de Contenidos
- ¿Por qué y cómo usar RSS?
- Lector de Feed
- Cómo reunir los Feeds RSS
- Plan de Comunicación On Line
- Ventajas y Desventajas de elegir buenas palabras clave
- Cómo elegir las mejores palabras claves (Keyword)

- Elaboración de planes óptimos
- Reputación de una marca
- Qué es una marca - Diferencia entre imagen de marca e identidad de marca
- Qué es la reputación online de una marca
- ¿Qué recursos pueden ayudar a potenciar la reputación de la marca?
- Fases para controlar la reputación digital
- Cómo gestionar una crisis de reputación online