

CURSO DE REDES SOCIALES Y COMMUNITY MANAGER

Community Manager/Social Media Manager.

Qué es la Web 2.0.

Qué es un Community Manager.

Qué es un Social Media Manager.

Comunidades, Medios y su gestión.

Misiones de cada perfil.

Habilidades y aptitudes del SMM y del CM.

Marca Personal.

La reputación online: Qué es y cómo se gestiona. Construir identidades digitales.

Qué puede (y debe) hacer un SMM/CM por la empresa, marca o producto.

Redes Sociales.

Evolución y estado actual de las Redes Sociales.

Hábitos de uso de las Redes Sociales.

EL nuevo concepto de Audiencia.

Redes Verticales.

Cómo difundir ideas a través de Facebook.

Las aplicaciones de Facebook.

Los tipos de páginas en Facebook.

Twitter, o por qué lo bueno, si es breve, dos veces bueno.

Cómo usar Twitter en una estrategia de marca.

Herramientas para optimizar el uso de Twitter.

Casos de éxito.

Debate: ¿Qué red es mejor?

Redes Sociales Profesionales.

Cómo utilizar LinkedIn.

Otras Redes Sociales Profesionales. Xing, Viadeo

Casos de éxito.

Blogs.

Importancia del blogging en una campaña de comunicación.

Plataformas de blogs: Blogger, WordPress.

Casos de éxito.

Otros medios y recursos.

Podcasting.

Sistemas de agregadores RSS. Google Reader.

Cómo aprovechar al máximo las herramientas de YouTube.

Cómo utilizar Flickr en beneficio de nuestra marca o producto.

Geolocalización y movilidad. Social Media Mobile.

Herramientas de monitorización.

Crowdsourcing.

Interconexión: ahorrar tiempo y recursos.

Cómo diseñar una estrategia en Redes Sociales.

Pasos a seguir en la definición y ejecución de una estrategia en Redes Sociales.

Qué es un KPI y cómo determina el éxito de cada acción.

Cómo fijar y medir objetivos.

Marketing viral.

Marketing de guerrilla.

Qué es el ROI (Return Of Inversion). Métricas para calcularlo.

El ROI en Redes Sociales Aproximaciones al IOR (Impact Of Relationship).

Debate: Relación entre marca personal y empresa

Cómo animar una comunidad.

Trucos para animar una comunidad online.

Estrategias de participación en Redes Sociales.

La voz de la empresa o la marca.

Situaciones de crisis en la red: hoax, objeciones, conflictos, críticas y su gestión.

Ética profesional y principios legales.

Valores de la web 2.0 y normas de conducta básica.

Aproximación a la LOPD y a la LSSI

Debate: ¿El fin justifica los medios?

Taller: El día a día.

El día a día de un SMM. Prácticas.

Modalidad: Presencial

Duración: 12 horas

Precio: 160 € (bonificable 100 % trabajadores en activo)

Atperson Formación es entidad organizadora de formación a la demanda de la Fundación Tripartita.