

AF | 30911

Gestión de comunidades virtuales

DIRIGIDO A

Cualquier persona que esté interesada en ampliar su conocimiento sobre las redes sociales e internet en general.



Duración

110 horas



Modalidad

Teleformación

OBJETIVOS

- Identificar los aspectos a tener en cuenta en la planificación, gestión y moderación de una comunidad digital. Conocer qué son las comunidades virtuales y las redes sociales, y las diferencias de cada una de ellas. Analizar el fenómeno blog desde el punto de vista corporativo. Conocer las principales razones que provocan la creación y el surgimiento del marketing viral. Conocer las principales redes sociales y sus características. Definir el perfil profesional del Community Manager. Describir las pautas para la generación de contenidos.
- Identificar los aspectos a tener en cuenta en la planificación, gestión y moderación de una comunidad digital.
- Describir el proceso para afrontar los conflictos.

CONTENIDOS

PERFIL DEL COMMUNITY MANAGER

- Qué es un Community Manager. El día a día de un Community Manager.
- El departamento de Social Media: perfiles, objetivos, recursos.
- Marca personal.
- Testimonios Community Managers.

MARKETING & COMUNICACIÓN 2.0

- La Web 2.0 y Prosumidores 2.0. Qué son los Social Media y Comunicación 2.0.
- La Marca 2.0 y la reputación online.
- La blogosfera.
- Long tail, eCommerce 2.0 y eCRM.
- Cloud computing.
- Crowdsourcing y crowdfunding.
- Innovación en comunicación y marketing: mundos aumentados, mundos virtuales, mundos espejo, mundo lifelogging, inteligencia artificial y marketing.
- Inteligencia económica y open data.
- Marketing en buscadores.
- Marketing viral.
- Mobile marketing.

USO PROFESIONAL DE LAS REDES SOCIALES

- Plataformas.
- Facebook.

- Twitter.
- LinkedIn.
- YouTube.
- Tuenti.
- Google+.
- CV Digital Eficaz.
- Pinterest.
- Geoposicionamiento.
- RSS/Podcasting.
- Plataformas de juegos sociales.
- Blogs: WordPress, Demand Media.
- Ecosistema de las apps y el entorno multidispositivo.
- Métricas y ROI en redes sociales.
- Herramientas para controlar los Social Media y SMO.
- El plan de comunicación.
- Creación de contenidos para tu comunidad.
- Gestionar contenidos en un evento 2.0.
- Aspectos jurídicos de las Nuevas Tecnologías ilustrados con casos prácticos.
- Fidelización en redes sociales e Internet.

PLAN DE MARKETING DIGITAL

- Propuestas aplicadas a un plan de marketing digital.
- Resultados de un plan de marketing digital.