

Community Manager y experto en medios sociales

Community Manager y experto en medios sociales – MBSCMEMS

- **300 horas**
- **595€**
- **¿Qué vas a aprender?**
 - Conocer los diferentes tipos de Redes Sociales que existen
 - Hacer una buena gestión de las Redes Sociales en una empresa
 - Diseñar e implementar estrategias de Marketing Digital
 - Monitorizar y analizar las métricas obtenidas de una estrategia de Marketing Digital
 - Construir y afianzar las relaciones con el cliente a través de los medios sociales

TEMARIO

1. EL COMMUNITY MANAGER PROFESIONAL

- 1.1. ¿Qué es un Community Manager?
- 1.2. ¿Cuáles son las tareas de las que se encarga un Community Manager?
- 1.3. Habilidades, aptitudes y actitudes del Community Manager
- 1.4. El día a día de un Community Manager
- 1.5. Conozcamos a algunos Community Manager de la empresa Española



1.6. Evaluación de las funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager

1.7. Definir las metas de un Community Manager

1.8. Tipos de Community Manager

2. HISTORIA DE LAS REDES SOCIALES

2.1. Evolución de las redes sociales

3. LAS REDES SOCIALES EN MEDIOS PROFESIONALES

3.1. Cómo utilizar LinKendin para atraer negocio a tu empresa. Cómo contactar con potenciales clientes

3.2. Los elementos de una buena recomendación en LinKendin

3.3. Otras redes profesionales. Xing

4. REDES SOCIALES: GESTIÓN

4.1. Cómo conectar diversas redes para ahorrar tiempo y recursos: LinKendin, Twitter, Facebook y Blogs

5. PLATAFORMAS DE VÍDEO

5.1. Cómo aprovechar al máximo las herramientas en Youtube

5.2. El posicionamiento en Youtube

5.3. Otras plataformas de vídeo

6. PLATAFORMAS DE FOTOGRAFÍA

6.1. Cómo utilizar las plataformas de fotografía en beneficio para nuestra marca o producto

6.2. Flickr y Panoramio

7. OPTIMIZACIÓN DE UNA COMUNIDAD ONLINE

7.1. Trucos para animar una Comunidad Online



7.2. Estrategias de participación en las redes sociales

7.3. La voz de la empresa o la marca

8. FACTORES EN SOCIAL MEDIA

8.1. Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia

8.2. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media

8.3. Cómo crear un Social Media Plan para tu Negocio

8.4. Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas

8.5. Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas

8.6. Aprende a medir en términos cuantificables el ROI de una estrategia de Social Media

8.7. Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing

9. BLOG

9.1. ¿Qué es un Blog?

9.2. El Blog como herramienta de Marketing en la empresa

9.3. Una propuesta concreta para implantar un Blog corporativo (análisis estratégico)

9.4. Cómo dirigirse, contactar y captar la atención de un Blogger

9.5. Estrategias de crecimiento de un Blog

9.6. Plataformas de los Blogs: Livejournal, Blogger, WordPress, Technorati.

9.7. Los Blogs y los foros más importantes de España

9.8. Herramientas avanzadas de Monitorización

9.9. Tipos de Blogs

10. MICROBLOGGING

10.1. Twitter, lo bueno si es breve, dos veces bueno

10.2. Herramientas para optimizar el uso de twitter

10.3. Cómo hacer crecer tu marca en Twitter



10.4. Otros sistemas de Microblogging (Jaiku, YouAre...)

