

Módulo 1 Community Manager (30 Horas)

AF: 32028

OBJETIVO

"El objetivo principal de este curso es que el alumno conozca los aspectos principales relacionados con la profesión de Community Manager, ya que ante el surgimiento de un nuevo entorno digital, es indispensable que dominen las competencias que realiza tal perfil y su importancia dentro de la empresa.

Al finalizar este curso, el alumno será capaz de:

Definir las aptitudes y funciones de la figura del Community Manager, así como tener presente nociones legales que le afecten.

Conocer a fondo las herramientas y estrategias que se utilizan para la gestión de la marca online.

Crear y gestionar un blog corporativo. "

INDICE

UNIDAD 1. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

INTRODUCCIÓN

MAPA CONCEPTUAL

CONTENIDO

1.1 ¿QUÉ ES?

1.2 EVOLUCIÓN DEL COMMUNITY MANAGER EN LA EMPRESA

1.3 FUNCIONES DEL COMMUNITY MANAGER

1.4 FUNCIONES Y APTITUDES

1.5 EJEMPLOS DE CM EN ESPAÑA

1.6 DIFERENCIAS ENTRE EL PERFIL DEL COMMUNITY MANAGER Y EL SOCIAL

MEDIA MANAGER

1.7 NOCIONES LEGALES QUE DEBE CONOCER EL COMMUNITY MANAGER

RESUMEN

UNIDAD 2. HERRAMIENTAS DEL COMMUNITY MANAGER

INTRODUCCIÓN

MAPA CONCEPTUAL

CONTENIDO

2.1. CARACTERÍSTICAS PARA LA GESTIONAR LAS REDES SOCIALES

2.2. HERRAMIENTAS BÁSICAS DEL COMMUNITY MANAGER

2.1.1. HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN MULTIPLATAFORMA

2.1.2. HERRAMIENTAS DE ESTADÍSTICAS

2.1.3. HERRAMIENTAS PARA MONITOREO DE REPUTACIÓN PARA EL COMMUNITY MANAGER

2.1.4. HERRAMIENTAS PARA MEDIR INFLUENCIA EN REDES SOCIALES

2.1.5. HERRAMIENTAS DE BÚSQUEDA PARA EL COMMUNITY MANAGER

2.3. ESTRATEGIAS IMPRESCINDIBLES PARA EL COMMUNITY MANAGER

RESUMEN

UNIDAD 3. EL BLOG COMO HERRAMIENTA FUNDAMENTAL DE

COMUNICACIÓN

INTRODUCCIÓN

MAPA CONCEPTUAL

CONTENIDO

3.1. LA IMPORTANCIA DEL BLOG CORPORATIVO

3.2. ¿QUÉ ES UN BLOG CORPORATIVO Y QUÉ APORTA A LA EMPRESA?

3.3. CREACIÓN DE UN BLOG CORPORATIVO

3.3.1. PRINCIPALES PLATAFORMAS

3.4. ELABORACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS

3.4.1. ESTRATEGIAS DE ÉXITO

3.5. VENTAJAS DEL BLOG CORPORATIVO

3.6. CLAVES Y CONSEJOS PARA TENER ÉXITO CON EL BLOG CORPORATIVO

RESUMEN

BIBLIOGRAFÍA

GLOSARIO