



La figura del Community Manager en el ámbito empresarial es totalmente nueva y novedosa en el tiempo, por lo que está poco analizada, y es prácticamente desconocida, lo que conlleva que esté poco desarrollada. 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 empleen. En este curso, se trata en profundidad cuáles son las funciones y habilidades que ejerce el Community Manager, así como las herramientas de que dispone para realizar su trabajo de forma eficaz.

Con CD:

Si

Horas:

15 Horas

Páginas:

96 Páginas

Objetivos:

- Comprender e interiorizar cuáles son las funciones del Community Manager.
- Aprender a generar un plan de medios social y cómo gestionar adecuadamente una comunidad online en facebook y Twitter.
- Manejar las herramientas de medición disponibles.
- Estudiar y conocer las campañas de otras empresas en medios sociales.
- Aprender a gestionar comunidades online en Facebook y Twitter.
- Conocer y desarrollar estrategias para la gestión de la reputación online.

Contenido

Unidad 1: El Community Manager

- Definición de Community Manager
- Perfil del Community Manager
- Funciones y tareas del Community Manager
- Funciones Específicas
- Tareas específicas
- Las 7 "C" del Community Management
- Como posicionar al Community Manager en la empresa
- Habilidades y actitudes del Community Manager
- ¿Quién puede ser un Community Manager?
- Responsabilidades del CM
- El papel del Community Manager en la empresa
- Responsabilidades y objetivos del Community Manager

Unidad 2: El Plan de Medios Social

- El Plan de Medios Sociales
- Medición de resultados de un Social Media Plan
- Estrategias de Social Media
- Ejemplos de campañas en Medios Sociales

Unidad 3: Gestión de Comunidades Virtuales

- Relación entre Community Manager y Facebook
- Configurando nuestra página
- Llegar al público
- Comunicar a quienes "les gustamos"
- Nuestra personalidad
- Nielsen, Facebook y el valor publicitario de la presencia del CM
- Claves para conseguir fans
- Community Manager y Twitter
- Acciones en Twitter
- Cuentas y perfiles de empresa en Twitter
- Herramientas de gestión de Twitter
- Herramientas de seguimiento de actividad en Twitter
- Seguidores y contenidos en Twitter
- Herramientas esenciales del Community Manager
- Herramientas Avanzadas del Community Manager

Unidad 4: Analítica Social y Estrategia

- Analítica social y estrategia
- Analítica social y estrategia: Obejtivos
- Objetivos generales de una campaña en Redes Sociales
- Medir la Actividad de mi Red Social
- La Gestión de la Reputación Online y e-branding
- IOR: impact of relationship