

Community Manager

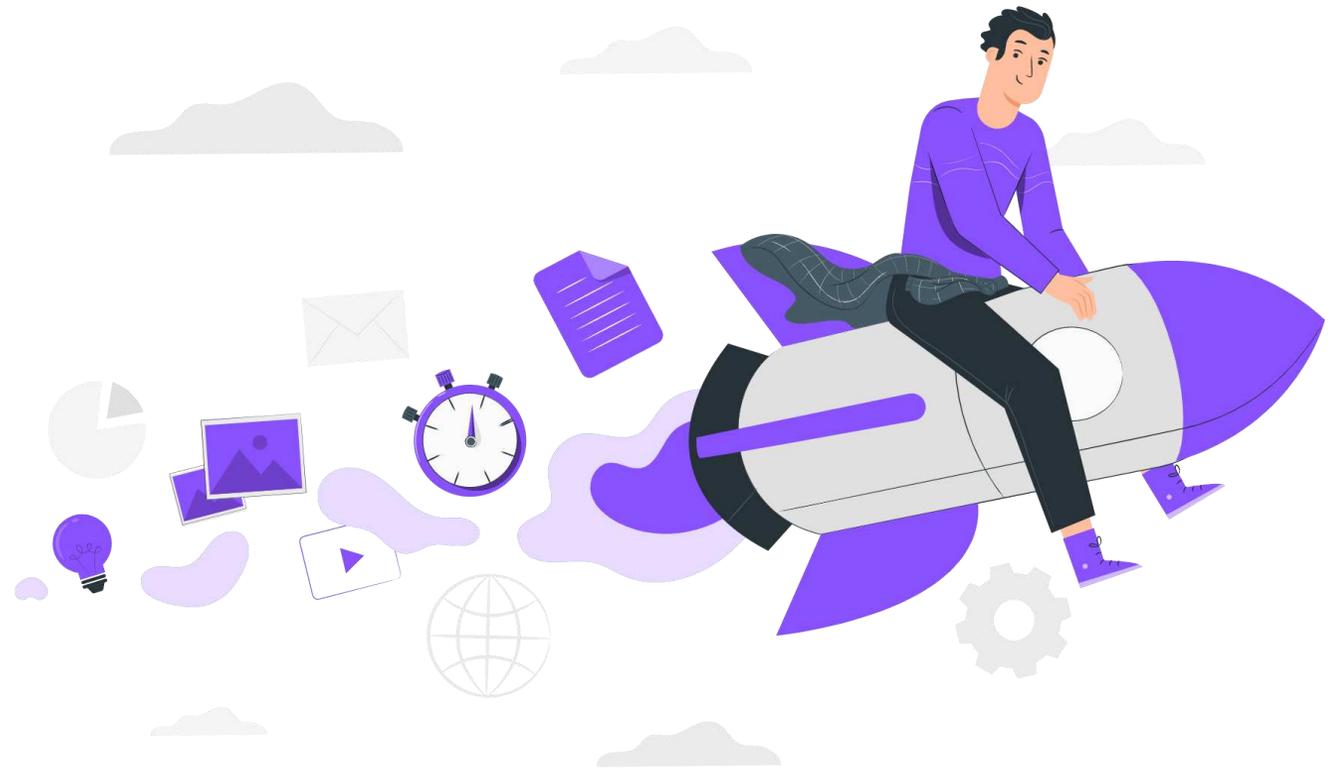
INFORMACIÓN DEL CURSO

 30 horas

El mundo ha transitado hacia una nueva era social participativa que obligará a reinterpretar las organizaciones y la sociedad en general. Las empresas están obligadas a reaccionar y adaptarse a esta nueva realidad social de la era de la conversación. Tienen que aprender a escuchar e interactuar con el cliente.

En ese entorno se desarrolla el importante trabajo de los Community Manager como actores principales de la estrategia de comunicación de las compañías, generando el máximo número de puntos de contacto con los clientes y manteniendo con ellos las mejores conversaciones.

Un Community Manager (CM) es un profesional que se encarga de administrar y llevar a cabo la comunicación online de una determinada marca para conseguir crear un vínculo entre esta y sus seguidores, empleando las herramientas necesarias para conseguirlo.



¿Comenzamos?



Objetivos

Desarrollar habilidades para gestión de redes sociales a nivel empresarial, utilizando las herramientas disponibles para la gestión y generación de informes de resultados. Establecer objetivos de comunicación en redes sociales y elaborar un plan de comunicación y su implementación.



Competencia asociada

Aprender a gestionar la imagen de su empresa en internet a través de las redes sociales y adecuar los contenidos para internet, en base a las necesidades de los usuarios.

U1

Plan de Marketing Digital

- 1.1. Introducción al marketing digital
- 1.2. Nuevas estrategias
- 1.3. Plan de marketing: diseño y evaluación
- 1.4. Kpi's para evaluar la efectividad de las acciones
- 1.5. Seguir mejorando
- 1.6. Profundiza

U2

Estrategias de Branding y comunicación

- 2.1. Introducción
- 2.2. ¿Qué es?
- 2.3. Características
- 2.4. Estrategia de branding
- 2.5. Caso de éxito
- 2.6. Profundiza

U3

Construye tu estrategia en RRSS

- 3.1. Contexto social media
- 3.2. ¿por dónde empezamos?
- 3.3. Aplicación: objetivos y estrategias
- 3.4. Casos de éxito
- 3.5. Profundiza

empeñamos