



Community management - Marketing en las Redes Sociales



Área: MARKETING Y VENTAS

Modalidad: Teleformación

Duración: 20 h

Precio: Consultar

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

OBJETIVOS

Los objetivos que persigue este curso son: • Establecer las pautas para que las empresas incrementen los beneficios que obtienen del uso de Internet mediante la aplicación de técnicas que mejoren sus comunicaciones, la captación y fidelización de clientes, la búsqueda de información, el análisis de la competencia, el posicionamiento de la empresa, la marca y sus productos o servicios, etc. • Conocer las Redes Sociales desde un punto de vista empresarial y como tener presencia en canales 2.0. • Medir la rentabilidad de las estrategias en Redes Sociales. • Conocer como promocionar las ventas mediante el uso de las principales Redes Sociales (Facebook, Twitter, YouTube,...). • Aplicación de técnicas de marketing mediante el uso del marketing mobile y el marketing viral. • Características principales que debe cumplir un Community Manager.

CONTENIDOS

1 Consideraciones generales 1.1 Definición de Redes Sociales 1.2 Concepto de marketing-mix 1.3 Integración de las Redes Sociales 1.4 Tipos de Redes Sociales 1.5 Bases del marketing en las Redes Sociales 1.6 Cuestionario: Consideraciones generales 2 Organización del trabajo en Redes Sociales 2.1 Introducción 2.2 Escuchar 2.3 Planificar la estrategia 2.4 Crear compromiso 2.5 Medir y evaluar 2.6 Definir una rutina 2.7 Cuestionario: Organización del trabajo en Redes Sociales 3 Medición de la estrategia en Redes Sociales 3.1 Introducción 3.2 Definir el objetivo 3.3 Monitorización 3.4 Plan de contingencia 3.5 Herramientas para el análisis del Social Media 3.6 Cuestionario: Medición de la Estrategia en Redes Sociales 4 Uso de las principales Redes Sociales 4.1 Facebook 4.2 Twitter 4.3 Vídeo marketing en YouTube 4.4 Estrategias en YouTube para generar tráfico en su página web 4.5 LinkedIn 4.6 Cuestionario: Uso de las principales Redes Sociales 5 Valoración de los contactos en las Redes Sociales 5.1 Cuánto vale cada fan de la página Facebook 5.2 Cuánto vale cada seguidor de Twitter 5.3 Cuestionario: Consideraciones generales 6 La necesidad de crear un blog 6.1 Introducción 6.2 Selección de la plataforma de blog 6.3 Plugins recomendados para usar con Wordpress 6.4 Explotación del blog corporativo 6.5 Trucos para potenciar la visibilidad del blog 6.6 Cuestionario: La necesidad de crear un blog 7 Éxito y errores en Social Media 7.1 Introducción 7.2 Estrategia de blogging 7.3 Presencia en Facebook 7.4 Presencia en Twitter 7.5 Presencia en YouTube 7.6 Resumen caso de éxito 7.7 Errores de gestión de la reputación en Redes Sociales 7.8 Cuestionario: Éxito y errores en Social Media 8 Otras aplicaciones de marketing en Social Media 8.1 Marketing mobile 8.2 Qué es el Marketing viral 8.3 Cómo funciona el Marketing viral 8.4 Elementos de una estrategia del Marketing viral 8.5 Técnicas de Marketing viral 8.6 Elementos que componen una campaña de Marketing viral 8.7 Ingredientes que potencian un mensaje de Marketing viral 8.8 Cómo construir un mensaje viral eficaz 8.9 Cuestionario: Otras aplicaciones de marketing en Social Media 9 Community manager 9.1 Definiciones 9.2 Perfil y funciones específicas del Community Manager 9.3 Las 7 C's del Community Manager 9.4 Cuestionario: Community manager 9.5 Cuestionario: Cuestionario final

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje,

ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.

- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.
- **El curso puede realizarse exclusivamente a través de Internet pero si el estudiante lo desea puede adquirir un manual impreso**. De esta manera podrá volver a consultar la información del curso siempre que lo desee sin que necesite utilizar el Campus Virtual o, estar conectado a Internet.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.