

Curso: Community management - Marketing en las Redes Sociales

Modalidad formativa: teleformación.

Duración: 28h

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.

- 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 Ces del Community Manager
 - 9.4 - Cuestionario: Community manager
 - 9.5 - Cuestionario: Cuestionario final

Requisitos técnicos:

- Sistema operativo Windows 2000 o superior, Mac OS X, Linux.
- Conexión a internet.
- Contar con auriculares o altavoces (no imprescindible).
- Reproductor de Flash Player 8.0 o superior. Flash 10.0 recomendado.
- No requiere de software específico para el seguimiento del programa.

Acceso al curso:

- Esta formación estará disponible para el usuario durante 1 año desde su primer acceso.

Durante el curso, el alumno dispondrá de un servicio de tutoría para plantear las dudas y consultas relacionadas con el contenido tratado durante la formación. Para ello, la plataforma cuenta con las siguientes herramientas:

- Servicio de chat directo tutor-alumno.
- Foro donde se plantearán aspectos relacionados con el temario.
- Mensajería interna.

Estas opciones estarán accesibles desde el apartado “Mis cursos”.

La formación deberá ser realizada y superada dentro de las fechas establecidas en el calendario del curso de manera secuencial.

Para obtener la calificación de APTO se deberá haber realizado en tiempo y forma, al menos, un 75% del contenido total del curso y haber superado, con al menos un 50% de las preguntas, el cuestionario final obligatorio.

Se recomienda realizar la formación en su totalidad visualizando y leyendo cada apartado, así como

completando todas aquellas prácticas o ejercicios que se planteen.
En caso de no reunir los requisitos establecidos, la formación constará como NO superada.

Si a lo largo de la formación se experimenta algún tipo de incidencia nuestro departamento de soporte estará disponible a través de las siguientes vías:

- **Correo electrónico:** soporte@gescampus.com
- **Mensajería de la plataforma:** disponible en el apartado del menú superior que lleva por nombre "Soporte". Seleccionando la pestaña "Incidencia técnica", el usuario podrá detallar su duda o consulta.