

CURSO SUPERIOR DE COMMUNITY MANAGMENT (60 HORAS)

El objetivo del curso es formar al profesional en una nueva figura que las empresas demandan y necesitan: un responsable de gestionar la voz de la empresa a través de redes sociales con empleados, clientes y prospects.

Objetivos del Curso superior de Publicidad Digital:

Los objetivos de este curso son enseñarte a:

- Entender las Redes Sociales y las nuevas reglas de juego de comunicación y relación.
- El perfil y los roles de un Community Manager y su integración en los departamentos de comunicación.
- Cómo definir y dimensionar tu marco de actuación: tu comunidad
- Cómo darla contenido, dinamizarla y gestionarla
- Como gestionar y divulgar contenido
- Que tono y comunicación utilizar en Social Media
- Cómo dar respuesta a las diferentes casuísticas de interacción: atención, comunicación, resolución de problemas.
- Cómo gestionar una situación de crisis
- Cómo monitorizar tu gestión
- Cómo monitorizar la escucha de tu empresa y de la competencia
- Los aspectos básicos legales que afectan

A quién va dirigido:

- Profesionales o futuros profesionales del marketing, comunicación, publicidad y/o venta.
- Profesionales de agencias de marketing relacional, directo & interactivo
- Profesionales pertenecientes a departamentos de marketing, comunicación, ventas y CRM.

Titulación:

- Diploma en Redes Sociales: co-firmado por ESIC (Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing) e ICEMD (El Instituto de Comercio Electrónico y Marketing Directo).

OFICINAS

Programa

1.- Introducción a las Redes Sociales (5 horas):

- **Estrategia digital**
- **Panorama de las redes sociales en España**
- **Nuevos modelos de negocio: el negocio de las relaciones**
- **Entornos 2.0**
- **Mundo Cluetrain**
- **Smart consumer**
- **La reputación en la nube: peligros y bondades**
- **Casos de éxito en redes y negocio digital**

2.- La Estructura de un departamento de Social Media y el rol de Community Manager (5 horas):

- **Del Social Media manager hasta los Community Manager**
- **Organización de la empresa 2.0**
- **Que és un Community Manager**
- **Rol interno: Funciones y responsabilidades.**
- **El día a día del CM. Cómo optimizar el tiempo.**
 - **Habilidades de un Community Manager:**
 - **Habilidades básicas de comunicación**
 - **Habilidades personales**
 - **Habilidades de gestión**
- **Prácticas**

3.- Reputacion On line Corporativa (ORM) – (5 horas):

- **Gestión de reputación on-line**
- **Google, RRSS y reputación on-line**
- **Escuchando la web social**
- **Importancia del Community Manager en la reputación online**
- **Medir la reputación (Herramientas)**
- **Gestión de Crisis: cómo gestionar problemas y resolución de conflictos**
- **Casos**

4.- Redacción y Comunicación 2.0: Cómo expresarte en Redes Sociales (5 horas):

- **Tono, escritura, rapidez de respuesta, etc...**
- **Comunicación empática**
- **Mi yo como 'marca' y mi 'yo' personal**
- **Optimización de Contenidos**
- **Herramientas**
- **Casos**

OFICINAS

5.6. - Herramientas básicas y avanzadas para el Community Manager: Gestión y Monitorización (5 horas):

- **Herramientas de Gestión:**
 - **Aplicaciones de escritorio y de nube que integran las herramientas para actualizar contenido desde un mismo interfaz.**
 - **Herramientas para gestionar grupos y varias cuentas al mismo tiempo (hootuite, tweetdeck, seesmic desktop, ...**
 - **Aplicaciones de gestión de proyectos on-line (listas, almacenamiento de archivos, alertas, mensajería,...).**
 - **Plataformas de feedback de clientes (getsatisfaction, uservice).**
- **Herramientas de monitorización:**
 - **La importancia de la monitorización**
 - **Herramientas para rastrear, indexar, medir conversaciones, información de blogs, opiniones o contenidos de productos, de marca...**
 - **Motores de búsqueda en blogs, microblogs y social media.**
 - **Estudio de herramientas gratuitas y de pago.**

7.- Gestionando y Mediando con la comunidades (5 horas):

- **Introducción**
- **Métodos de negociación**
- **Planes de dinamización**
- **Tipos de usuarios y estudio**

8.9.- Metodología paso a paso de cómo definir y dimensionar tu propia Comunidad (5 horas):

- **Identificación de Stakeholders: Empleados, clientes, clientes potenciales, fans,...**
- **Identificación de plataformas de creación de comunidad: redes sociales, espacios onsite sociales, blogs, foros,...**
- **Plan de Acción: cómo dinamizar la comunidad partiendo de cero**
- **Integración de diferentes espacios sociales: cuales y con qué objetivo**
- **Dinamización y Gestión de la Comunidad**

10.- Plataformas de publicación Social Media: Content Management (5 horas):

- **Estrategia de contenidos por soportes Sociales:**
 - **Blogging**
 - **Microblogging (yammer y Twitter)**
 - **Facebook (NFO)**
 - **Redes profesionales**
- **Publicación y Divulgación del contenido**

OFICINAS

- **Cómo hacer más viral el contenido**

11.- La gestión de las interacciones en la Comunidad (5 horas):

- **Interacciones de dinamización**
- **Interacciones de gestión:**
 - **Solicitud de Información**
 - **Quejas y Reclamaciones**
- **Dimensionamiento de recursos, procesos y operaciones**

12.- Aspectos legales básicos de la economía 2.0 (5 horas):

- **Legalidad web 2.0 casos**

OFICINAS