



## ***Curso Community Manager (Online)***

**+ Información Gratis**

**Titulación acreditada por la Comisión Internacional de Formación de la UNESCO**

# Curso Community Manager (Online)

**Duración:** 180 horas

**Precio:** 240 € \*

**Modalidad:** Online

\* Materiales didácticos, titulación oficial y gastos de envío incluidos.

## Descripción

No cabe duda de que el tema de las Redes Sociales está despertando un gran interés en las empresas y que en poco tiempo ha aparecido una nueva profesión en el panorama de Internet, los Community Managers. Estos son los responsables de dinamizar la comunidad de seguidores de una marca en las redes sociales, y además son la cara que toda empresa necesita cuando quiere hablar de tú a tú con los usuarios en la red.



+ Información Gratis

[www.euroinnova.es](http://www.euroinnova.es)

Información y matrículas: 958 050 200

Fax: 958 050 244



## A quién va dirigido

A todas aquellas personas que se dediquen al área laboral del Community Manager y deseen ampliar y actualizar sus conocimientos, como al resto de personas que quieran introducirse en esta especialidad.

## Objetivos

- Gestionar la imagen de una empresa dentro de las redes sociales e Internet para tener mayor reputación y dominar las principales técnicas del marketing y comunicación online.
- Saber maximizar el rendimiento de las redes sociales y comunidades online
- Conocer las distintas estrategias de éxito que te ayuden a aumentar la reputación online de la empresa.
- Aprender a dinamizar una comunidad online.

## Para que te prepara

Con este curso serás capaz de gestionar la imagen de una empresa en Internet y las redes sociales (elaboración y ejecución de un Plan de Reputación online) y dominarás las técnicas del marketing online aplicadas a la gestión de comunidades.

## Salidas laborales

Responsable de Marketing, Community Manager, etc.

## Titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Euroinnova Formación vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).



## Forma de financiación

- Contrarrembolso.
- Transferencia.
- Tarjeta de crédito.

## Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios. También se adjunta en CDROM una guía de ayuda para utilizar el campus online.

La metodología a seguir es ir avanzando a lo largo del itinerario de aprendizaje online, que cuenta con una serie de temas y ejercicios. Para su evaluación, el alumno/a deberá completar todos los ejercicios propuestos en el curso. La titulación será remitida al alumno/a por correo una vez se haya comprobado que ha completado el itinerario de aprendizaje satisfactoriamente.

## Materiales didácticos



## Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional.

Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.



## Plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido:

- **Master a distancia y online:** El plazo de finalización será de 12 meses a contar desde la fecha de recepción de las materiales del curso.

- **Curso a distancia y online:** El plazo de finalización será de 6 meses a contar desde la fecha de recepción de los materiales del curso.

En ambos casos, si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada de 3 meses.

## Bolsa de empleo

El alumno tendrá la posibilidad de incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas, participando así en los distintos procesos de selección y empleo gestionados por más de 2000 empresas y organismos públicos colaboradores, en todo el territorio nacional.

## Club de alumnos

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

## Revista digital

El alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

## Programa formativo

### MODULO 1. COMMUNITY MANAGER

#### TEMA 1. LA FIGURA DE UN COMMUNITY MANAGER

¿Qué es un Community Manager?  
¿Cuáles son las tareas de las que se encarga un Community Manager?  
Habilidades, aptitudes y actitudes del Community Manager  
El día a día de un Community Manager  
Conozcamos a algunos Community Manager de la empresa Española  
Evaluación de las funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager  
Definir las metas de un Community Manager  
Tipos de Community Manager

#### TEMA 2. CASOS DE ÉXITO

Estrategias de éxito en las redes  
¿Qué audiencia tienen las redes sociales?  
Casos de afinidad entre marca y usuario  
La marca aprende a través de la experiencia de usuario. Crowdsourcing  
Marketing Viral

#### TEMA 3. REDES SOCIALES

Evolución de las redes sociales

#### TEMA 4. REDES SOCIALES PROFESIONALES

Cómo utilizar LinkedIn para atraer negocio a tu empresa. Cómo contactar con potenciales clientes  
Los elementos de una buena recomendación en LinkedIn  
Otras redes profesionales. Xing

#### TEMA 5. BLOG

¿Qué es un Blog?  
El Blog como herramienta de Marketing en la empresa  
Una propuesta concreta para implantar un Blog corporativo (análisis estratégico)  
Cómo dirigirse, contactar y captar la atención de un Blogger  
Estrategias de crecimiento de un Blog  
Plataformas de los Blogs: Livejournal, Blogger, WordPress, Technorati.  
Los Blogs y los foros más importantes de España  
Herramientas avanzadas de Monitorización  
Tipos de Blogs

#### TEMA 6. MICROBLOGGING

Twitter, lo bueno si es breve, dos veces bueno  
Herramientas para optimizar el uso de twitter  
Cómo hacer crecer tu marca en Twitter  
Otros sistemas de Microblogging (Jaiku, YouAre...)

#### TEMA 7. SINERGIAS DE LAS REDES SOCIALES

Cómo conectar diversas redes para ahorrar tiempo y recursos: LinkedIn, Twitter, Facebook y Blogs

#### TEMA 8. WIKIS Y WIKIPEDIA

La Wikipedia como fuente de información libre y universal  
Definición de Wiki

La incorporación de los Wikis en el mundo empresarial

#### TEMA 9. SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING

Cómo la sindicación de contenidos beneficia al tráfico de nuestra página. RSS

Qué es un podcast y cómo utilizarlos

#### **TEMA 10. PLATAFORMAS DE VÍDEO**

Cómo aprovechar al máximo las herramientas en Youtube

El posicionamiento en Youtube

Otras plataformas de vídeo

#### **TEMA 11. PLATAFORMAS DE FOTOGRAFÍA**

Cómo utilizar las plataformas de fotografía en beneficio para nuestra marca o producto

Flickr y Panoramio

#### **TEMA 12. CÓMO ANIMAR UNA COMUNIDAD ONLINE**

Trucos para animar una Comunidad Online

Estrategias de participación en las redes sociales

La voz de la empresa o la marca

#### **TEMA 13. LA RUMOROLOGÍA**

Situaciones de crisis en la red: los hoax

Cómo atajar el problema

#### **TEMA 14. REPUTACIÓN ONLINE**

Gestión de tu reputación online

Herramientas y consejos para monitorizar online

Branding digital ¿Qué dicen de tu marca en Internet?

Creación de un sistema de escucha/alertas.

Importancia de opiniones en la red

#### **TEMA 15. LAS LICENCIAS EN LA RED**

La propiedad intelectual en la red, las redes sociales y en los Blogs

Licencias. Creative Commons

Valores de la Web 2.0 y normas de conducta básica

#### **TEMA 16. CÓMO MEDIR Y EVALUAR LOS RESULTADOS EN BASE A INDICADORES CLAVE (KPI'S)**

¿Qué y cómo se puede medir?

Analítica Web

#### **TEMA 17. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LAS DIFERENTES COMUNIDADES**

¿Qué es una comunidad?

Factores clave en el desarrollo de una comunidad virtual

Análisis de las principales comunidades: fines y herramientas

Facebook - Guía de Facebook

Twitter - Guía de Twitter

Youtube - Guía de Youtube

Tuenti - Guía de Tuenti

## **MODULO 2. REDES SOCIALES 3.0 Y SOCIAL MEDIA STRATEGY**

### **TEMA 1. INTRODUCCIÓN A INTERNET**

Internet

La Web

#### **TEMA 2. LA WEB 2.0**

La Web 2.0

Aplicaciones de la Web 2.0. Principios constitutivos

Las tecnologías en la web 2.0

Ventajas de la Web 2.0

#### **TEMA 3. PRINCIPALES APLICACIONES DE LA WEB 2.0**

Introducción

Blogs

Marcadores sociales

+ Información Gratis

Servicios de alojamiento y gestión de fotografía y vídeo

Wikis

Aplicaciones en línea

Podcast

#### **TEMA 4. USOS DE LA WEB 2.0 EN LA SOCIEDAD**

Usuarios de Internet en España

El usuario 2.0

Arquitectura de la participación

Usabilidad y accesibilidad

Usos de la Web 2.0 en la sociedad

#### **TEMA 5. INTRODUCCIÓN A LAS REDES SOCIALES**

Origen de las Redes Sociales

Marcadores Sociales

Ventajas y desventajas del uso de las redes sociales

Las redes sociales en los móviles

#### **TEMA 6. FACEBOOK**

Introducción

Conceptos básicos del uso de Facebook

Registro en Facebook

Página principal de usuario

Tipos de perfiles

Herramientas de Facebook para empresas

Facebook en los móviles

#### **TEMA 7. GOOGLE+**

Introducción

Conceptos básicos para el uso de Google+

Registro

Página principal de usuario

Fotos

Nuestro perfil

Los círculos

Los juegos

#### **TEMA 8. TWITTER**

Introducción

Conceptos básicos para el uso de Twitter

Registro en Twitter

Página principal de usuario

Twitter para empresas

#### **TEMA 9. TUENTI**

Introducción

Tuenti

Registro en Tuenti

Tu página de inicio en Tuenti

Tuenti para empresas

#### **TEMA 10. LINKEDIN**

Linkedin

Registro en Linkedin

Vamos a utilizar Linkedin

Acciones a realizar en Linkedin

Página de usuario de Linkedin

+ Información Gratis

LinkedIn para empresas

+ Información Gratis

[www.euroinnova.es](http://www.euroinnova.es)

Información y matrículas: 958 050 200

Fax: 958 050 244

