GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES

SKU: EVOL-7057-VNO-B | **Categorías:** INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES, Redes Sociales

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	100
Acreditado por Universidad	NO
Créditos ECTS	0

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos
Adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar las funciones propias del perfil de Community Manager, utilizando las redes sociales, a partir del Plan de Marketing Digital definido.

Contenidos
UD1. Perfil del community manager

1.1. Qué es un Community Manager. El día a día de un CM.
1.2. El departamento de Social media: perfiles, objetivos, recursos.
1.3. Marca Personal.
1.4. Testimonios Community Managers.
UD2. Marketing & comunicación 2.0
2.1. La Web 2.0 y Prosumidores 2.0. Qué son los Social Media y Comunicación 2.0.
2.2. La Marca 2.0 y la reputación online.
2.3. La Blogosfera.
2.4. Long Tail, eCommerce 2.0 y eCRM.
2.5. Cloud Computing.
2.6. Crowdsourcing y Crowdfunding.
2.7. Innovación en Comunicación y Marketing: Mundos aumentados, mundos virtuales, mundos espejo, mundo lifelogging, Inteligencia Artificial, Marketing.
2.8. Inteligencia económica y Open Data.
2.9. Marketing en buscadores.
2.10. Marketing Viral.
2.11. Mobile Marketing.
UD3. Uso profesional de las redes sociales
3.1. Plataformas. - Facebook - Twitter - Linkedin - YouTube - Tuenti - Google+ - CV Digital Eficaz - Pinterest - Geoposicionamiento, enfoque práctico - RSS/Podcasting - Plataformas de juegos sociales

- Blogs: Wordpress. Demand Media
3.2. El ecosistema de las Apps y el entorno multidispositivo.
3.3. Métricas y ROI en redes sociales.
3.4. Herramientas para controlar los Social Media y SMO.
3.5. El Plan de Comunicación.
3.6. Creación de contenidos para tu comunidad.
3.7. Gestionar contenidos en un evento 2.0.
3.8. Aspectos jurídicos de las Nuevas Tecnologías ilustrados con casos prácticos.
3.9. Fidelización en redes sociales e Internet.
UD4. Plan de marketing digital
4.1. Propuestas aplicadas a un Plan de Marketing Digital.
4.2. Resultados de un Plan de Marketing Digital