

PROGRAMA

CURSO SUPERIOR COMMUNITY MANAGEMENT (3ª Edición)
Ciudad Real, 12 de enero al 25 de marzo de 2015
Cámara de Comercio e Industria, 17:00 a 21:00 horas

Duración: 80 horas

Modalidad: Presencial

Destinatarios:

Empresarios, autónomos, Pymes y profesionales en activo que quieran ampliar sus conocimientos para su posible aplicación en su entorno de trabajo, emprendedores que quieran crear su propia empresa aprovechando el éxito de las redes sociales, personas en búsqueda de alternativas profesionales y, en general, todas aquellas personas que quieran mantenerse actualizados y evitar su obsolescencia tecnológica.

Objetivos:

El Objetivo de este curso es dar a conocer a los alumnos las últimas tendencias en todo lo relacionado con la evolución de las redes sociales y sus principales aplicaciones, tanto a nivel profesional como a nivel personal.

Con este curso se pretende dar una visión práctica y aplicada a la vida real de su utilización. De esta manera, estableceremos un objetivo aplicable a la imagen personal del alumno, para que cuando termine este período formativo, disponga de un perfil personal actualizado y enriquecido con los conocimientos adquiridos durante el curso.

Se trata de conseguir que el alumno pueda aplicar dichos conocimientos en entornos empresariales, conociendo de primera mano los aspectos más relevantes que pueden generar valor añadido a las empresas, de modo que el alumno pueda aplicar dichas herramientas en su entorno de trabajo, o bien, le permita disponer de una alternativa profesional viable.

Programa

PROGRAMA (80 horas presenciales)

- 1. Presentación-Metodología**
Aprendizaje
- 2. Cuestionamiento**
Cuestionamiento
Grupo-equipo

3. Comunicación-Marketing

Marketing .0
La era de las personas
Nuevos consumidores

4. Social Media

¿Qué quieren nuestros clientes?
Entorno web-SM
Plan SM-Competencia: diferencia, cliente, competencia, objetivos.
Ecosistema web: web/blog, redes sociales
Medir y medir: ROI social
El hashtag
Plan de crisis
Timing estimativo
La masa crítica
Estrategia digital de éxito en 10 pasos

5. El Community Manager

Construyendo Comunidad Digital
Personal branding
Networking-recomendaciones

6. Coaching expresivo para communities management

Inteligencia emocional-social
Creatividad
Coaching

7. Identidad digital de la marca

Idea embrión
Cómo diferenciarse
Explorar la identidad digital

8. Marketing de Contenidos

Qué es el marketing de contenidos
Objetivos del marketing de contenidos
Ventajas y beneficios del marketing de contenidos
Claves para el éxito
La pirámide del marketing de contenidos
El ciclo de compra del consumidor
Plan de marketing: etapas, monitorización en redes sociales, monitorizar contenidos.
El blog base
Razones para crear un blog
Pasos antes de comenzar
Construir un blog
Iniciar un blog
El post perfecto

Habilidades esenciales
Usabilidad del blog
Cómo elaborar un blog

9. Creación de contenidos

Creatividad aplicada al contenido
Storytelling
Tipos de contenidos: tipologías, tipos por el propósito, tipos por el objetivo
Contenidos funcionales
Contenidos virales
Recursos para diseños
Formatos de contenidos online: definición del formato

10. Curación de contenidos

Qué es la curación de contenidos
El content curator
Qué es la gestión del conocimiento
El embudo de información
Guía para crear estrategia de curación de contenidos
El método de las 4'S de contenido
Técnicas de curación de contenidos
Buenas prácticas en curación de contenidos
Licencias

11. La conversación

Comunicación efectiva
Conversar
Honestidad en la empresa
Reputación-posicionamiento.0
Plan conversacional
Construir conversaciones
Modelo de análisis de conversación
Cómo detectar influyentes: plantilla
Estrategia conversacional: "specch" adaptativos
Planificación de conversaciones
Escucha activa

12. El blog

Bases
Desarrollo del Post efectivo
Conclusión
Crear comunidad
El Post participativo
Otras estrategias de blogging
Cuando tu comunidad crece

Promoción de contenidos: comentar en otros blogs, difusión en contenidos de terceros, el guest blogging

Promocionar el blog en redes sociales

Viralidad: la masa crítica, contenidos gratis, factores clave en post virales

Indicadores

ROI de tu blog

Monetizar el blog

Optimización de contenidos

Posicionamiento SEO

Cómo funcionan los enlaces entre blogs: linkbaiting, linkbuilding

Estrategias de posicionamiento

13. Email-marketing

Qué es el emailing

Qué es el emarketing

Empresas

Estrategia e-marketing

Estructura previa

Estrategia workflow automático

La base de datos

El mensaje

Métricas y analíticas

Marco jurídico

14. Plan Social Media

Plan Social Media

Calendario editorial

15. Maratón de experiencias: cómo Social Media ayuda en tu negocio

Cómo hacer presentaciones creativas

Presentación de experiencias.