

IFCT136PO COMMUNITY MANAGER

SKU: EVOL-6412-iNO-B | **Categorías:** [INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES](#), [Redes Sociales](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [30](#)

Acreditado por Universidad [NO](#)

Créditos ECTS [0](#)

Más información [CONTENIDO ADAPTADO A CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

Este CURSO IFCT136PO COMMUNITY MANAGER le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Informática y comunicaciones. Con este CURSO IFCT136PO COMMUNITY MANAGER el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y adquirir los conocimientos necesarios para responsabilizarse de campañas de comunicación corporativas utilizando las redes sociales y desarrollando una marca de empresa en la red.

Contenidos

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS REDES SOCIALES. EL COMMUNITY MANAGER

1. Introducción
2. Qué es un Community Manager o Social Media Manager
3. Acciones realizadas en los medios sociales
4. Tipos de redes en función de lo que el usuario puede realizar en ellas
5. Herramientas utilizadas en las redes sociales
6. Conectarse a una red social
7. La privacidad
8. Recomendaciones De La Agencia Española De Protección De Datos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MONITORIZAR, ANALIZAR Y MEDIR LAS REDES SOCIALES: HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS

1. Introducción
2. Acciones no convencionales
3. Acciones convencionales



UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS REDES SOCIALES EN EL PLAN DE MARKETING

1. Introducción
2. Qué objetivos se pretenden
3. Diferentes opciones de presencia en los medios sociales
4. Elaboración del Plan de Marketing en Redes Sociales
5. Recomendaciones
6. Empresas especializadas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS REDES SOCIALES Y LA COMUNICACIÓN: SU ANÁLISIS COMO MEDIO Y COMO SOPORTE PUBLICITARIO

1. Introducción
2. Los usuarios de los medios sociales
3. Actitud ante la publicidad
4. Las Redes Sociales como medio de comunicación empresarial
5. Errores de la comunicación empresarial en redes sociales
6. Casos de éxito y fracaso de Relaciones Públicas en Redes Sociales
7. Las redes como soporte publicitario

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONSTRUIR RELACIONES: EL NUEVO MARKETING RELACIONAL

1. Internet y el marketing de relaciones
2. Marketing relacional
3. Marketing one to one
4. Plan de marketing relacional
5. Características del marketing relacional
6. Principios del Marketing relacional
7. Marketing relacional y redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CREATIVIDAD Y REDES SOCIALES

1. La creatividad
2. Apuesta por las redes sociales
3. Campañas de marketing creativas
4. Casos de éxito en España

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LOS BLOGS

1. Introducción
2. Principales características de los blogs
3. Elementos de un blog
4. Ejemplos de blogs
5. Crear tu propio blog
6. El blog como herramienta de branding personal



UNIDAD DIDÁCTICA 8. DESCRIPCIÓN DE LAS PRINCIPALES REDES SOCIALES

1. Panorama actual de las redes sociales
2. Myspace
3. YouTube
4. Facebook
5. Twitter
6. Habbo
7. LinkedIn
8. Xing
9. Google+
10. Pinterest
11. Vimeo
12. Instagram
13. Flickr
14. Foursquare

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MOBILE SOCIAL MEDIA: LOS SMARTPHONES

1. Los smartphones
2. El potencial del móvil para las redes sociales
3. Ejemplo de aplicaciones móviles para conectarse a redes sociales
4. Del Social Media al Social Media Móvil

