

---

# Gestión de Comunidades Virtuales

---

## Objetivos Didácticos

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.

---

## Audiencia

Destinado a aquellas personas dedicadas a la gestión de la comunicación en la empresa.

---

## Requisitos previos

Trabajadores ocupados de cualquier sector, autónomos o trabajadores en ERTE, ERE o ERETE. Participantes desempleados (plazas limitadas) inscritos como demandantes de empleo en los Servicios Públicos de Empleo.

Participantes Prioritarios: mujeres, los menores de 30 años, los mayores de 45 años, las personas con discapacidad, las personas trabajadoras con bajo nivel de cualificación, los parados de larga duración, los trabajadores de Pymes, los trabajadores con contrato a tiempo parcial y trabajadores con contrato temporal, los trabajadores afectados por expedientes de regulación temporal de empleo (ERTE), los trabajadores incluidos en expedientes de regulación de empleo (ERE) y los trabajadores de empresas en procedimiento de regulación de empleo no afectados por expedientes de regulación temporal de empleo (ERETE) o no incluidos en expedientes de regulación de empleo (ERE).

---

## Metodología

Teleformación

---

## Duración

100 horas

# Contenidos

1. 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.
  
2. 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.
  
3. 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.
  
4. PLAN DE MARKETING DIGITAL
  - 4.1. Propuestas aplicadas a un Plan de Marketing Digital.
  - 4.2. Resultados de un Plan de Marketing Digital.