

Curso de Community Manager. Dinamizador de redes sociales y web

Fechas: 12 junio-5 julio

Modalidad: Presencial **Duración:** 90 h.

Lugar: Centro de Formación FORUM Aragón C/LAPUYADE, 8-10, LOCAL (50007-ZARAGOZA)

Horario:, de 09.30h. a 14.30 h.

Requisitos:

- Tener entre 16 y 29 años, estar inscrito en Garantía Juvenil y haber realizado la formación troncal del PICE.
- Titulación mínima: ESO o formación equivalente y conocimientos fundamentales de Informática e Internet.

Objetivos:

- Mejorar la empleabilidad y conocer técnicas de búsqueda de empleo, desarrollo de entrevista de trabajo y proceso de selección.
- Describir el entorno 2.0 en el que trabaja el Community Manager, compuesto por servicios como los blogs corporativos, las redes sociales o los marcadores y agregadores de noticias.
- Responsabilidades, aptitudes, habilidades y actitudes que debe tener una persona que desea dedicarse a esta profesión.
- Esquema de confección de un Plan de Social Media

Índice de contenidos

DINAMIZADOR DE REDES SOCIALES Y WEB. COMMUNITY MANAGER (90h.)

1 Introducción a la Web 2.0. 1. ¿Qué es la Web 2.0? 2. Principios de la Web 2.0. 3. Ejemplos de proyectos 2.0. 4. Los usuarios son los protagonistas. 5. Los Social Media.

2 Blogs corporativos. 1. Introducción. 2. Monitorizar y escuchar. 3. Seleccionar la mejor ubicación para el blog. 4. Crear el blog. 5. Escribir y actualizar posts. 6. Analizar las estadísticas del blog.

3 Guía para crear un blog corporativo. 1. Introducción. 2. Monitorizar y escuchar. 3. Seleccionar la mejor ubicación para el blog. 4. Crear el blog. 5. Escribir y actualizar posts. 6. Analizar las estadísticas del blog.

4 Oportunidades y desafíos de los Social Media para las empresas. 1. Introducción. 2. Oportunidades y desafíos. 3. Reglas básicas de SMO. 4. Redes sociales generalistas. 5. Redes sociales de elementos multimedia. 6. Redes sociales profesionales.

5 Uso de Facebook para las empresas - Parte 1. 1. Introducción. 2. Perfil personal o página de empresa. 3. Configuración de la página. 4. Conseguir público y promocionar la página. 5. Anatomía de una página de empresa en Facebook. 6. Eventos.

6 Uso de Facebook para las empresas - Parte 2. 1. Administración de la página. 2. Estadísticas. 3. Aplicaciones. 4. Estrategia para una página exitosa.

Cofinanciado por:

7 Uso de Twitter para las empresas – Parte 1. 1. Introducción. 2. Terminología necesaria para entender Twitter. 3. Crear y configurar una cuenta en Twitter. 4. Entender la interfaz de Twitter.

8 Uso de Twitter para las empresas - Parte 2. 1. Twitter para las empresas. 2. Establecer los objetivos y la estrategia en Twitter. 3. Twitter para promocionar la empresa. 4. Twitter como atención al cliente. 5. Twitter para anticiparse y gestionar las crisis de reputación. 6. Crear comunidad con nuestros clientes. 7. Cómo crear una estrategia en Twitter.

9 Google+ para las empresas - Parte 1. 1. Introducción. 2. Perfil personal o página de empresa. 3. Crear una página de empresa. 4. Enlazar el sitio web de la empresa.

10 Google+ para las empresas - Parte 2. 1. Edición de la página. 2. Opciones de configuración de la página. 3. Los círculos de Google+. 4. Comunidades y Hangouts.

11 Marcadores sociales y agregadores de noticias. 1. Introducción. 2. Marcadores sociales. 3. Delicious. 4. Etiquetar los marcadores endelicious. 5. Agregadores de noticias.

12 La figura del Community Manager. 1. Introducción. 2. Nuevas profesiones relacionadas con los Social Media. 3. Aptitudes y habilidades del Community Manager. 4. La netiqueta del Community Manager.

13 Responsabilidades y tareas del Community Manager. 1. Introducción. 2. Responsabilidades y objetivos. 3. Herramientas de monitorización para el CM. 4. Herramientas técnicas para el CM. 5. Propuestas para dinamizar la comunidad. 6. Acciones de captación de usuarios para la comunidad.

14 El Plan de Social Media. 1. Introducción. 2. Conocer el producto o servicio y la audiencia. 3. Establecer objetivos. 4. Análisis de la situación. 5. Escoger las plataformas de Social Media. 6. Establece una estrategia para la generación y dinamización de contenidos. 7. Medir y analizar los resultados.

Metodología

El desarrollo de las Acciones Formativas se lleva a efecto de acuerdo con la siguiente secuencia: Exposición del tema a tratar. Planteamiento de dudas y respuesta a las mismas. Presentación de un supuesto práctico. Estudio conjunto de posibles soluciones. Elección de la solución más viable. Desarrollo práctico de la solución elegida. Evaluación de resultados.

CALENDARIO

Fechas:

lunes	martes	miércoles	jueves	viernes
12 junio	13 junio	14 junio	15 junio	16 junio
19 junio	20 junio	21 junio	22 junio	23 junio
26 junio	27 junio	28 junio	29 junio	30 junio
3 julio	4 julio	5 julio		

Cofinanciado por:

