

GESTIÓN DE REDES SOCIALES Y COMMUNITY MANAGEMENT



Área: Administración de Servicio de Internet - Certificado de Profesionalidad

Modalidad: Teleformación

Duración: 30 h

Precio: 225.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

OBJETIVOS

La importancia de trabajar con las redes sociales para hacer un buen trabajo de marketing digital se hace patente a medida que se avanza en tecnología y en las aplicaciones que mejoran sus comunicaciones, la captación y fidelización de clientes, la búsqueda de información, el análisis de la competencia, el posicionamiento de la empresa y productos o servicios, etc. Con este curso alcanzará los siguientes objetivos: • Conocer las Redes Sociales desde un punto de vista empresarial. • Administrar el contenido. • Aumentar la presencia en los distintos canales. • Medir la rentabilidad de las estrategias en Redes Sociales. • Aplicar el marketing viral. • Características principales que debe cumplir un Community Manager.

CONTENIDOS

1 Las redes sociales y su clasificación Conceptos generales 1.1 Marketing Digital o Marketing Online 1.2 Qué son las redes sociales 1.3 Tipos de redes sociales 1.4 Cuestionario: Las redes sociales y su clasificación 2 Organización del trabajo en redes sociales 2.1 Introducción a organización 2.2 Planificación de medios Online 2.3 Definir el objetivo 2.4 Audiencia - Conocer el público a quién va dirigido su estrategia 2.5 Crear compromiso Engagement 2.6 Selección de canales y plataformas 2.7 Presupuesto 2.8 Calendario de la Campaña 2.9 Segmentación 2.10 Cuidar el contenido 2.11 Programación de publicaciones 2.12 Herramientas Social Media 2.13 Cumplimientos de normativa 2.14 Cuestionario: Organización del trabajo en redes sociales 3 Parámetros para el análisis de una estrategia 3.1 Marketing viral 3.2 Medir el resultado 3.3 Alcance 3.4 Engagement 3.5 Compartir 3.6 Tráfico Web o CTR 3.7 Generación de leads y conversiones 3.8 Share of Voice o Escucha social 3.9 ROI Return Of Investment 3.10 Cuestionario: Parámetros para el análisis de una estrategia 4 Facebook 4.1 Introducción a Facebook 4.2 Características de una cuenta de Página 4.3 Consideraciones generales 4.4 Funciones importantes 4.5 Opciones de configuración 4.6 Estadísticas 4.7 Conseguir seguidores 4.8 Cuestionario: Facebook 5 Instagram 5.1 Conceptos generales 5.2 Entorno de Instagram 5.3 Publicar contenido 5.4 Los contenidos de Instagram 5.5 Publicidad 5.6 Análisis 5.7 Cuestionario: Instagram 6 X - Antiguo Twitter 6.1 Introducción a X 6.2 El perfil de X 6.3 Nomenclatura 6.4 Interface 6.5 Funcionamiento 6.6 Suscripciones 6.7 Cuestionario: X 7 TikTok 7.1 Introducción a TikTok 7.2 Navegar por la interface de TikTok 7.3 Interactuar con otros usuarios 7.4 Grabar y publicar 7.5 Estadísticas 7.6 Cuestionario: TikTok 8 YouTube 8.1 Introducción a Youtube 8.2 Los canales de Youtube 8.3 Subir 8.4 Viralizar 8.5 Promover su audiencia 8.6 Publicidad 8.7 Análisis 8.8 Cuestionario: YouTube 9 Pinterest 9.1 Introducción a Pinterest 9.2 Funcionamiento 9.3 Cuidar el contenido 9.4 Pinterest Ads 9.5 Pinterest Analytics 9.6 Usos Pinterest 9.7 Cuestionario: Pinterest 10 Otras formas de comunicación en línea 10.1 Alternativas de mensajería instantánea WhatsApp y Telegram 10.2 SnapChat 10.3 LinkedIn 10.4 Cuestionario: Otras formas de comunicación en línea 11 Influencer 11.1 Los influencers como estrategia de marketing 11.2 Marketing de influencers 11.3 Elección de influencer 11.4 Cuestionario: Influencer 12 Big Data 12.1 El Big Data y el Marketing Digital 12.2 Operar con las etapas del proceso de compra 12.3 Fases en un proyecto de Big Data 12.4 Posicionamiento SEO 12.5 Analizar la información cuantitativa 12.6 Analizar la información cualitativa 12.7 Cuestionario: Big Data 13 Community manager 13.1 Introducción a Community Manager 13.2 Social Media Manager 13.3 Perfil y funciones específicas del Social Media Manager 13.4 Community Manager 13.5 Perfil y funciones específicas del Community Manager 13.6 Cuestionario: Community manager 13.7 Cuestionario: Cuestionario final

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.