

Curso de Community Management: Social Media Strategy

Formación On-line: 54 horas (6 semanas) Convocatoria abierta del 04 de Julio al 15 de agosto de 2013

OBJETIVOS

Internet está creando una revolución comunicativa, generando cambios sociales y profesionales. En este marco aparece la figura del Community Manager o responsable de la comunidad social virtual, que gestiona y dinamiza el colectivo de usuarios de una red virtual con fines comerciales, divulgativos, de ocio, etc. Este curso pretende sentar las bases de los Social Media y de la Web 3.0, nuevos medios que han cambiado el mundo y la forma de relacionarnos, y que presentan infinitas posibilidades comerciales. Es por ello que cualquier empresa debe estar preparada para gestionar la enorme afluencia de personas que se relacionan a través de la Red, y para ello es necesaria la figura del Community Manager, capaz de canalizar la información, opiniones, relaciones, etc. entre los usuarios de una red y la empresa.



CONTENIDOS:

Bases de los Social Media y de la Web 3.0

1. La Evolución de la Web 2.0
2. Bases de los Social Media y de la Web 3.0

Social Media (I): Principales Redes Sociales

1. El Gigante Facebook
2. La Simplicidad de Twitter

Social Media (II): Networking y otras Redes Sociales

1. LinkedIn: Networking en la Red
2. Otras Plataformas y Herramientas Social Media

Community Management: Figura y Funciones del community Manager

1. La Figura del Community Manager
2. Las Funciones del Community Manager

Herramientas del Community Manager (I): SEO y SMO

1. SEO: La Importancia del Posicionamiento Natural en Buscadores
2. SMO: Social Media Optimization

Herramientas del Community Manager (II): Analítica Web y Control de Resultados

1. Analítica Web
2. ROI (Return On Investment) y Control de Resultados

Mas información: oscar.gonzalez@institutoavanza.com