

LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER EN LA EMPRESA

15
HORAS

DESCRIPCIÓN

La figura del Community Manager en el ámbito empresarial es totalmente nueva y novedosa en el tiempo, por lo que está poco analizada, y es prácticamente desconocida, lo que conlleva que esté poco desarrollada. El Community Manager o Responsable de Comunidad, es la persona encargada de crear, gestionar y dinamizar una Comunidad de usuarios en Internet con independencia de la plataforma que empleen. En este curso, se trata en profundidad cuáles son las funciones y habilidades que ejerce el Community Manager, así como las herramientas de que dispone para realizar su trabajo de forma eficaz.

OBJETIVOS

Comprender e interiorizar cuáles son las funciones del Community Manager. - Aprender a generar un plan de medios social y cómo gestionar adecuadamente una comunidad online en facebook y Twitter. - Manejar las herramientas de medición disponibles. - Estudiar y conocer las campañas de otras empresas en medios sociales. - Aprender a gestionar comunidades online en Facebook y Twitter. - Conocer y desarrollar estrategias para la gestión de la reputación online.

CONTENIDOS

UNIDAD 1: EL COMMUNITY MANAGER: Definición de Community Manager - Perfil del Community Manager - Funciones y tareas del Community Manager - Funciones Específicas - Tareas específicas - Las 7 "C" del Community Management - Como posicionar al Community Manager en la empresa - Habilidades y actitudes del Community Manager - ¿Quién puede ser un Community Manager? - Responsabilidades del CM - El papel del Community Manager en la empresa - Responsabilidades y objetivos del Community Manager

UNIDAD 2: EL PLAN DE MEDIOS SOCIAL: El Plan de Medios Sociales - Medición de resultados de un Social Media Plan - Estrategias de Social Media - Ejemplos de campañas en Medios Sociales

UNIDAD 3: GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES: Relación entre Community Manager y Facebook - Configurando nuestra página - Llegar al público - Comunicar a quienes "les gustamos" - Nuestra personalidad - Nielsen, Facebook y el valor publicitario de la presencia del CM - Claves para conseguir fans - Community Manager y Twitter - Acciones en Twitter - Cuentas y perfiles de empresa en Twitter - Herramientas de gestión de Twitter - Herramientas de seguimiento de actividad en Twitter - Seguidores y contenidos en Twitter - Herramientas esenciales del Community Manager - Herramientas Avanzadas del Community Manager

UNIDAD 4: ANALÍTICA SOCIAL Y ESTRATEGIA: Analítica social y estrategia - Obejtivos - Objetivos generales de una campaña en Redes Sociales - Medir la Actividad de mi Red Social - La Gestión de la Reputación Online y e-branding - IOR: impact of relationship