

# GESTIÓN EMPRESARIAL

**Duración:** 60 horas

**Metodología:** Online

**Financiación:** Bonificable

## COMMUNITY MANAGER

### Descripción

El curso Community Manager trata las funciones y competencias propias de la gestión de comunidades digitales, la planificación estratégica en redes sociales y el uso de herramientas de análisis y medición. Se incluyen contenidos relacionados con la creación de contenidos, la gestión de la reputación online, la comunicación en situaciones de crisis y el uso profesional de las principales redes sociales en el ámbito empresarial.

### Objetivos

- » Comprender el trabajo y las habilidades a desarrollar en la labor como community manager.
- » Aprender a realizar una planificación estratégica de las acciones del ámbito digital adaptadas a la empresa.
- » Conocer los principales KPI's existentes y las herramientas para monitorizar la efectividad de las acciones desarrolladas en el ámbito digital.
- » Comprender la importancia de la comunicación online y aprender a gestionar situaciones de crisis.
- » Aprender a distinguir los distintos tipos de blog usados actualmente y desarrollar la capacidad para determinar el más adecuado.
- » Conocer las herramientas y criterios para crear un contenido único y diferencial para el blog corporativo utilizando Blogger.
- » Conocer las principales redes sociales, su tipología y su popularidad nacional para definir la estrategia corporativa en Social Media.
- » Conocer Facebook como red social, su funcionamiento y aprender a utilizarlo adaptado a las necesidades empresariales para uso corporativo.
- » Conocer Twitter como red social, su funcionamiento y aprender a utilizarlo adaptado a las necesidades empresariales para uso corporativo.
- » Conocer Instagram como red social, su funcionamiento y aprender a utilizarlo adaptado a las necesidades empresariales para uso corporativo.
- » Conocer LinkedIn como red social, su funcionamiento y aprender a utilizarlo adaptado a las necesidades empresariales para uso corporativo.
- » Conocer Youtube como red social, su funcionamiento y aprender a utilizarlo adaptado a las necesidades empresariales para uso corporativo.
- » Aprender a realizar un plan de social media distinguiendo las redes sociales que mejor pueden cubrir las necesidades empresariales y el tipo de contenido adecuado para completar el plan de marketing.
- » Conocer y aprender a utilizar las principales herramientas más adecuadas para desarrollar la labor de community manager.

# Programa

## 1. FUNDAMENTOS

- 1.1. El community manager, y eso... ¿Qué es?
- 1.2. Las funciones y tareas del community manager.
- 1.3. Consejos para realizar una buena labor como community manager.

## 2. PLAN DE MARKETING DIGITAL

- 2.1. ¿Qué es un plan de marketing digital?
- 2.2. Análisis de la situación.
- 2.3. Definición de objetivos públicos.
- 2.4. Definición de estrategias.
- 2.5. Base tecnológica.
- 2.6. Plan de Social Media.

## 3. MÉTRICAS Y ANALÍTICAS

- 3.1. La Importancia de medir.
- 3.2. ¿Qué son los KIP'S?
- 3.3. Los tipos de KIP'S.
- 3.4. Analítica web y sus herramientas: Google Analytics.

## 4. CRISIS DE REPUTACIÓN ONLINE

- 4.1. La identidad digital y la reputación online.
- 4.2. Principales factores de la reputación online.
- 4.3. El origen de la crisis de la reputación online.
- 4.4. El manual de crisis de reputación.
- 4.5. Explota una crisis ¿Cómo la gestionamos?
- 4.6. La crisis ha pasado ¿Cómo la superamos?

## 5. BLOGS Y SU APLICACIÓN EMPRESARIAL

- 5.1. ¿Qué es un blog? Su uso para los community manager.
- 5.2. Tipología de blogs.
- 5.3. Blogs en el ámbito corporativo.
- 5.4. Consejos de uso.
- 5.5. Ejemplos de blog.

## 6. BLOGGER PARA LA CREACIÓN DE BLOGS CORPORATIVOS

- 6.1. Herramientas para la creación de blogs, el caso de Blogger.
- 6.2. Creación de una cuenta de usuario.
- 6.3. Interfaz básica de Blogger.
- 6.4. ¿Cómo crear una entrada en Blogger?
- 6.5. Cómo crear una página de blog en Blogger.

## 7. REDES SOCIALES Y SU IMPACTO NACIONAL

- 7.1. Las redes sociales, un poco de historia y alguna definición.
- 7.2. Una audiencia en evolución.
- 7.3. Tipología de redes sociales.
- 7.4. El uso de redes sociales en España.

## 8. FACEBOOK, EL ÉXITO PESE A LAS POLÉMICAS

- 8.1. Facebook, el éxito pese a la polémica.
- 8.2. Un poco de historia, ¿Cómo era Facebook?
- 8.3. ¿Por qué una empresa debería estar en Facebook?

## Programa

- 8.4. La Fan page o página de empresa.
- 8.5. ¿Qué estadísticas se deben tener en cuenta en Facebook?

### 9. TWITTER. LA IMPORTANCIA DEL CONTENIDO

- 9.1. Twitter, la red del pajarito azul.
- 9.2. Un poco de historia, ¿cómo era Twitter?
- 9.3. ¿Por qué una empresa debería estar en Twitter?
- 9.4. Crear un perfil corporativo en Twitter.
- 9.5. ¿Qué estadísticas tengo que analizar en profundidad en Twitter?

### 10. INSTAGRAM. LO VISUAL, LO PRIMERO

- 10.1. Instagram, la red del momento.
- 10.2. Un poco de historia, ¿cómo era Instagram?
- 10.3. ¿Por qué una empresa debería estar en Instagram?
- 10.4. La cuenta de empresa en Instagram.
- 10.5. ¿Qué estadísticas tengo que tener en cuenta en Instagram?

### 11. LINKEDIN. LA RED PROFESIONAL POR EXCELENCIA

- 11.1. LinkedIn, más que una red social.
- 11.2. Un poco de historia, el origen de LinkedIn.
- 11.3. LinkedIn Premium y sus variantes.
- 11.4. La página de empresa en LinkedIn.
- 11.5. ¿Qué estadísticas tengo que tener en cuenta en LinkedIn?

### 12. YOUTUBE. EL VÍDEO COMO HERRAMIENTA

- 12.1. YouTube: una red social y una plataforma de vídeos.
- 12.2. Un poco de historia, ¿Qué ha pasado desde “Me at the zoo”?
- 12.3. Youtube y empresa. ¿Por qué tener un canal de YouTube beneficia la comunicación corporativa?
- 12.4. ¿Cómo hacer un canal de empresa en Youtube?
- 12.5. ¿Qué estadísticas tengo que tener en cuenta en YouTube?

### 13. SOCIAL MEDIA PLAN, LA CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES

- 13.1. Plan de Social Media: la planificación allanará el camino.
- 13.2. La vertiente psicológica en el Social Media.
- 13.3. Puntos del plan de Social Media.

### 14. LAS HERRAMIENTAS DEL COMMUNITY MANAGER

- 14.1. El día a día de un community manager.
- 14.2. Herramientas para facilitar esta labor.