COMMUNITY MANAGER: FACEBOOK

25 horas

Familia:
Comercio y Marketing

DIRIGIDO A

Profesionales de la comunicación y el marketing o que quieran mejorar su estrategia de comunicación corporativa, con un especial énfasis en la red social Facebook.

DESCRIPCIÓN

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá todo el ámbito de actuación para ejercer la labor de Community Manager, abarcando la medición de las publicaciones y analizando Facebook para su uso corporativo.

OBJETIVOS

1. Entender adecuadamente las labores a desempeñar como community manager para favorecer la comunicación empresarial.

2. Entender la importancia de medir y analizar las acciones y publicaciones realizadas para mejorar la comunicación corporativa.

3. Conocer las principales redes sociales existentes y su popularidad en España para definir la estrategia corporativa en Social Media.

4. Conocer Facebook como red social y sus aplicaciones para uso corporativo.

5. Obtener la capacidad para crear un plan de social media adecuado para nuestra estrategia de comunicación para completar el plan de marketing empresarial.

6. Conocer las principales herramientas a utilizar para realizar las labores de community manager para desarrollar la labor de community manager.

CONTENIDOS

Bloque 1. El trabajo del community manager.

1. El community manager, y eso… ¿Qué es?
2. Las funciones y tareas del community manager.
3. Consejos para realizar una buena labor como community manager.

Bloque 2. Medición de resultados, KPI´s y analítica web. Google Analytics.

1. La Importancia de medir.
2. ¿Qué son los KIP´S?
3. Los tipos de KIP´S.
4. Analítica web y sus herramientas: Google Analytics.

Bloque 3. Redes sociales y su impacto nacional.

1. Las redes sociales, un poco de historia y alguna definición.
2. Una audiencia en evolución.
3. Tipología de redes sociales.
4. El uso de redes sociales en España.

Bloque 4. Facebook,el éxito pese a las polémicas.

1. Facebook, el éxito pese a la polémica.
2. Un poco de historia, ¿Cómo era Facebook?
3. ¿Por qué una empresa debería estar en Facebook?
4. La Fan page o página de empresa.
5. ¿Qué estadísticas se deben tener en cuenta en Facebook?

Bloque 5. Social Media Plan, la creación de una estrategia de publicaciones en redes sociales.

1. Plan de Social Media: la planificación allanará el camino
2. La vertiente psicológica en el Social Media.
3. Puntos del plan de Social Media.

Bloque 6. Las herramientas del community manager.

1. El día a día de un community manager.
2. Herramientas para facilitar esta labor