



CURSO DE COMMUNITY MANAGER



DATOS DEL CURSO

OBJETIVOS

- Comprender el mundo del “Social Media” como un mundo abierto a la interacción y diseñar una estrategia de comunicación e intermediación en los “Social Media” para afianzar la presencia de productos y servicios, así como de la identidad digital de personas e instituciones.
- Conocer las tareas del Responsable de Comunidad de una Empresa.
- Iniciar a los asistentes en las herramientas de gestión habituales para generar una estrategia de “Social Media”.
- Practicar estrategias de comunicación e intermediación en los “Social Media”.



DESTINATARIOS

Personas interesadas en el mundo de las Tecnologías y los Entornos Digitales.

- Profesionales interesados en introducirse en las posibilidades de desarrollo de su imagen de marca en redes sociales.
- Titulados en periodismo, marketing y publicidad (y relaciones públicas), comunicación audiovisual, sociología, ciencias políticas, arte, técnicos, informáticos, ciencias sociales, etc.
- Personas que buscan comprender y diseñar acciones de comunicación virtual para mejorar su competencia en el desarrollo de estrategias que añadan valor a los productos, marcas y profesiones.

PROGRAMA DEL CURSO / CONTENIDOS

- MÓDULO I. 1. La Web 2.0.
- MÓDULO II. 2. La Web 2.0 nuevos términos y el Social Media.
- MÓDULO II. 3. Plataformas Social Media.
- MÓDULO II. 4. Proyecto en Medios Sociales.
- MÓDULO II. 5. Funcionamiento de las Plataformas.
- MÓDULO II. 6. Medición de Resultados.
- MÓDULO III. 7. Optimización del tiempo.
- MÓDULO III. 8. Legalidad en la Web 2.0.
- MÓDULO III. 9. Buenas Maneras.

CARGA LECTIVA Y DURACIÓN

El curso tiene una carga lectiva de 250 horas.

METODOLOGÍA

Teleformación.