



COMMUNITY MANAGER

TEMARIO

1. Consideraciones generales
 - 1.1 Definición de Redes Sociales
 - 1.2 Concepto de marketing-mix
 - 1.3 Integración de las Redes Sociales
 - 1.4 Tipos de Redes Sociales
 - 1.5 Bases del marketing en las Redes Sociales
2. Organización del trabajo en Redes Sociales
 - 2.1 Introducción
 - 2.2 Escuchar
 - 2.3 Planificar la estrategia
 - 2.4 Crear compromiso
 - 2.5 Medir y evaluar
 - 2.6 Definir una rutina
3. Medición de la estrategia en Redes Sociales
 - 3.1 Introducción
 - 3.2 Definir el objetivo
 - 3.3 Monitorización
 - 3.4 Plan de contingencia
 - 3.5 Herramientas para el análisis del Social Media
4. Uso de las principales Redes Sociales
 - 4.1 Facebook
 - 4.2 Twitter
 - 4.3 Vídeo marketing en YouTube
 - 4.4 Estrategias en YouTube para generar tráfico en su página web
 - 4.5 LinkedIn
5. Valoración de los contactos en las Redes Sociales
 - 5.1 Cuánto vale cada fan de la página Facebook
 - 5.2 Cuánto vale cada seguidor de Twitter
6. La necesidad de crear un blog
 - 6.1 Introducción
 - 6.2 Selección de la plataforma de blog
 - 6.3 Plugins recomendados para usar con Wordpress
 - 6.4 Explotación del blog corporativo
 - 6.5 Trucos para potenciar la visibilidad del blog
7. Éxito y errores en Social Media
 - 7.1 Introducción
 - 7.2 Estrategia de blogging
 - 7.3 Presencia en Facebook
 - 7.4 Presencia en Twitter
 - 7.5 Presencia en YouTube
 - 7.6 Resumen caso de éxito
 - 7.7 Errores de gestión de la reputación en Redes Sociales
8. Otras aplicaciones de marketing en Social Media
 - 8.1 Marketing mobile
 - 8.2 Qué es el Marketing viral
 - 8.3 Cómo funciona el Marketing viral
 - 8.4 Elementos de una estrategia del Marketing viral
 - 8.5 Técnicas de Marketing viral
 - 8.6 Elementos que componen una campaña de Marketing viral
 - 8.7 Ingredientes que potencian un mensaje de Marketing viral
 - 8.8 Cómo construir un mensaje viral eficaz
9. Community manager
 - 9.1 Definiciones
 - 9.2 Perfil y funciones específicas del Community Manager
 - 9.3 Las 7 Ces del Community Manager