

---

# COMMUNITY MANAGER

---

<b>FAMILIA PROFESIONAL:</b>	Comercio y marketing
<b>AREA PROFESIONAL:</b>	Marketing y relaciones públicas
<b>HORAS:</b>	50

## OBJETIVOS

### Objetivo general:

Conocer las competencias clave que un community manager debe alcanzar y las características de su puesto de trabajo.

### Objetivos específicos:

- Dominar los principios del Marketing online y las formas más efectivas de difundir un mensaje utilizando los distintos canales online existentes.
- Aprender a utilizar de forma experimentada las principales plataformas de Social Media y aprender a multiplicar sus efectos utilizándolas de forma coordinada.
- Analizar conversaciones y/u opiniones en las redes sociales sobre productos o marcas.
- Dominar las técnicas para la generación de reputación online positiva sobre una empresa, producto o servicio.
- Aprender a monitorear nuestra marca y la competencia a través de las redes sociales.
- Fomentar el autoaprendizaje, puesto que las herramientas que se utilizan en este ámbito cambian cada muy poco tiempo y es necesario mantenerse actualizado.
- Favorecer el desarrollo de las siguientes competencias en el alumnado: competencia comunicativa lingüística y audiovisual, tratamiento de la información y competencia digital, competencia de aprender a aprender, competencia de autonomía e iniciativa personal, competencia en el conocimiento y la interacción con el mundo online y competencia social.

## CONTENIDOS

### 1. *Social Media y Community Management*

- 1.1. Redes sociales y comunidades.
- 1.2. Fijar los objetivos de un proyecto Online: Adquisición, compromiso, conversión, fidelización.
- 1.3. La figura del *Community Manager*: funciones y responsabilidades.
- 1.4. Cómo dinamizar comunidades online.

1.5. Cómo trabajar contenidos en social media.

## 2. Estrategia y creación del Plan de Medios Sociales

### 3. Facebook

3.1. Facebook. Características principales.

3.2. *Fanpages* en Facebook: ¿Cómo gestionarlas? ¿Cómo hacerlas crecer?

3.3. *Engagement*. ¿Cómo conseguir *engagement* con la comunidad?

3.4. Pestañas y aplicaciones en Facebook.

### 4. Twitter

4.1. Twitter. Características principales

4.2. Lenguaje específico de Twitter.

4.3. Cómo aumentar el número de *followers*.

## 5. Pinterest, Youtube, LinkedIn, imagen social y vídeo marketing

5.1. Pinterest, la plataforma visual.

5.2. Google+: Características principales.

5.3. LinkedIn. Características principales.

5.4. Gestionar los contactos en LinkedIn.

5.5. Cómo elaborar y optimizar un CV en LinkedIn (cómo mejorar un extracto con palabras clave).

5.6. Imagen social: Instagram, Flickr. Pinterest (la plataforma visual para *e-commerce*).

5.7. Principios del *videomarketing*. YouTube, Vimeo y Ven.

## 6. Herramientas del Community Manager

6.1. *HootSuite* y *TweetDeck*.

6.2. *Isuu*, *Slideshare* y *Prezi*: compartir presentaciones y pdfs.

6.3. *Mailchimp*: diseño de *newsletters* y *e-mailing*.

## 7. Métricas y estrategias de Social Media

7.1. Métricas y KPIs de *Social Media*.

7.2. Analítica y monitorización en el campo del *Social Media*.