INESEM

BUSINESS SCHOOL

Técnico de Community Manager y Social Media Management + Titulación Universitaria

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Técnico de Community Manager y Social Media Management + Titulación Universitaria

duración total: 485 horas ***horas teleformación:*** 180 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

No cabe duda de que el tema de las Redes Sociales está despertando un gran interés en las empresas y que en poco tiempo ha aparecido una nueva profesión en el panorama de Internet, los Community Managers. Estos son los responsables de dinamizar la comunidad de seguidores de una marca en las redes sociales, y además son la cara que toda empresa necesita cuando quiere hablar de tú a tú con los usuarios en la red.

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Gestionar la imagen de una empresa dentro de las redes sociales e Internet para tener mayor reputación y dominar las principales técnicas del marketing y comunicación online.
- Saber maximizar el rendimiento de las redes sociales y comunidades online
- Conocer las distintas estrategias de éxito que te ayuden a aumentar la reputación online de la empresa.
- Aprender a dinamizar una comunidad online.

para qué te prepara

Con este curso serás capaz de gestionar la imagen de una empresa en Internet y las redes sociales (elaboración y ejecución de un Plan de Reputación online) y dominarás las técnicas del marketing online aplicadas a la gestión de comunidades.

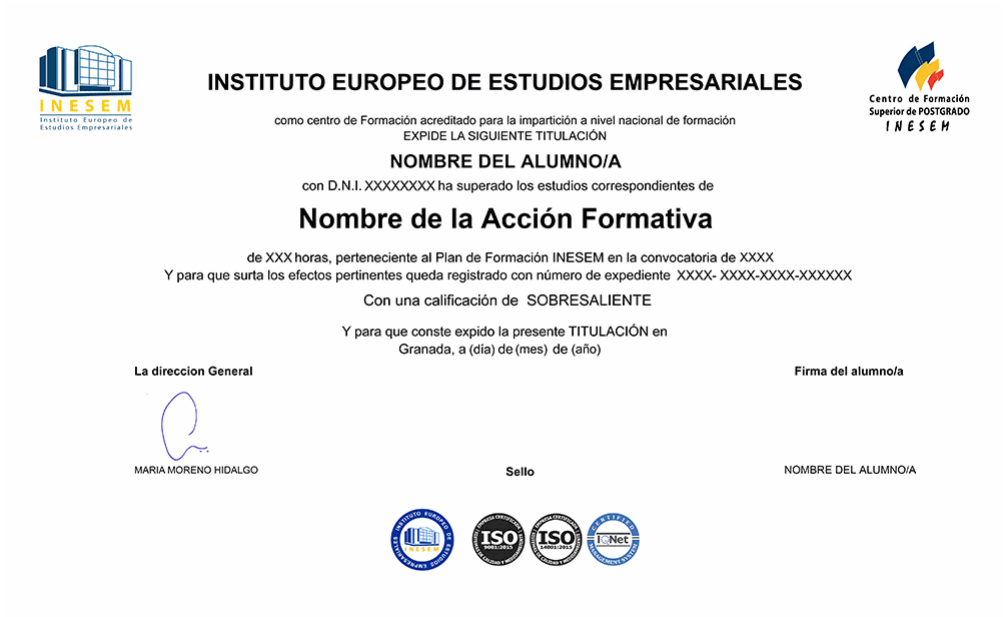
salidas laborales

Responsable de MarKeting, Community Manager.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



INESEM Instituto Europeo de Estudios Empresariales

INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

Centro de Formación Superior de POSTGRADO INESEM

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La direccion General | **Firma del alumno/a**

MARIA MORENO HIDALGO | **Sello** | NOMBRE DEL ALUMNO/A

forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Marketing Digital'

- Manual teórico 'Social Media Management'

- Manual teórico 'Redes Sociales 2.0 y Social Media Strategy'

profesorado y servicio de tutorías

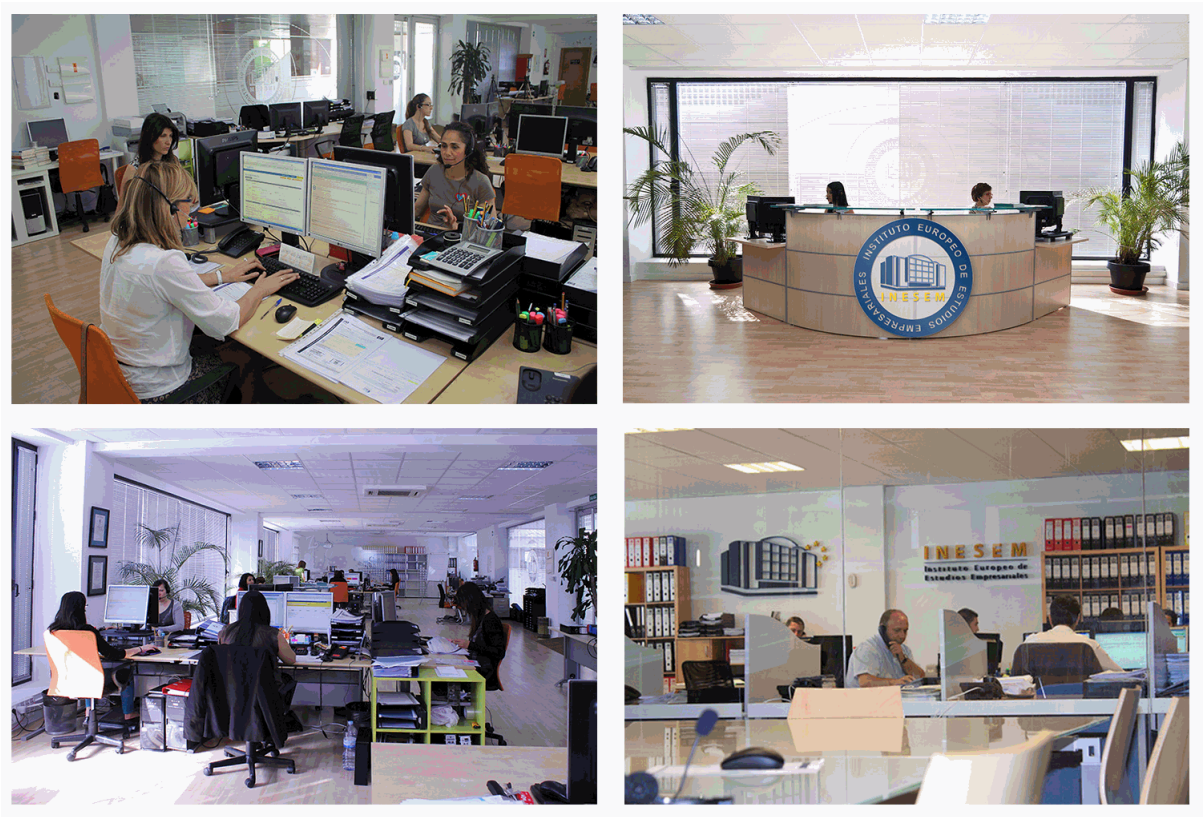
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail**: El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono**: Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual**: El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

PARTE 1. REDES SOCIALES 2.0 Y SOCIAL MEDIA STRATEGY

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ECOSISTEMA 2.0 Y SOCIAL MEDIA

1.Definición de la Web 2.0
2.Tipos de redes sociales
3.Importancia actual del social media
4.El prosumer
5.Marketing viral

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA FIGURA DEL COMUNITY MANAGER

1.¿Qué es un Community Manager y de qué se encarga?
2.Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager
3.Funciones y responsabilidades de un Community Manager
4.Los objetivos de un Community Manager
5.Tipos de Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FACEBOOK, TWITTER Y LINKEDIN

1.Red social generalista: Facebook
2.Microblogging: Twitter
3.La red social de los profesionales y reclutamiento:LinkedIn

UNIDAD DIDÁCTICA 4. YOUTUBE, INSTAGRAM Y PINTEREST

1.El poder del vídeo: Youtube
2.Imagen y branding: Instagram
3.Red de nicho: Pinterest

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SOCIAL MEDIA PLAN

1.Elección de canales
2.Planificación de la estrategia
3.El contenido es el rey
4.Social Media Engagement
5.ORM: Online Reputation Management

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1.Social Listening
2.Uso de chatbots en Facebook Messenger
3.Instagram Direct y gestión de comentarios
4.Twitter como canal de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 7. BLOGGING Y WORDPRESS

1.Definición y funciones del blog
2.Sistema de gestión de contenidos o CMS: Wordpress
3.Configuración inicial de Wordpress
4.Páginas de WordPress
5.Diseño del blog
6.Publicación de contenidos
7.Gestión de comentarios
8.Plugins par aoptimizar el SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 8. SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION: HERRAMIENTAS PARA ACCIONES DE SMO

1.Herramientas básicas
2.Herramientas de gestión
3.Herramientas de multiposting
4.Herramientas de gestión integral

+ Información Gratis

5.Herramientas de monitorizacion integral

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTRODUCCIÓN AL COPYWRITING

1.¿Qué es el copywriting?
2.Conectar, emocionar y convencer
3.Principales técnicas de copywriting
4.SEO para Copywriting
5.La importancia de los títulos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ANALÍTICA EN SOCIAL MEDIA

1.Facebook Insights
2.Estadísticas de Instagram
3.Twitter Analytics
4.Analítica en LinkedIn
5.Youtube Analytics

PARTE 2. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1.Tipos de redes sociales
2.La importancia actual del social media
3.Prosumer
4.Contenido de valor
5.Marketing viral
6.La figura del Community Manager
7.Social Media Plan
8.Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE FACEBOOK

1.Primero pasos con Facebook
2.Facebook para empresas
3.Configuración de la Fanpage
4.Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5.Tipo de publicaciones
6.Creación de eventos
7.Facebook Marketplace
8.Administración de la página
9.Facebook Insights

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE INSTAGRAM

1.Introducción a Instagram
2.Instagram para empresas
3.Creación de contenido
4.Uso de Hashtags
5.Instagram Stories
6.Herramientas creativas
7.Colaboración con influencers
8.Principales estadísticas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE TWITTER

1.Introducción a Twitter
2.Elementos básicos de Twitter
3.Twitter para empresas
4.Servicio de atención al cliente a través de Twitter
5.Contenidos
6.Uso de Hashtags y Trending Topic
7.Twitter Analytics

8.TweetDeck
9.Audiense
10.Hootsuite
11.Bitly

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LINKEDIN

1.Introducción a LinkedIn
2.LinkedIn para empresas
3.Creación de perfil y optimización
4.Grupos
5.SEO para LinkedIn
6.Analítica en LinkedIn
7.LinkedIn Recruiter

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE YOUTUBE

1.Introducción a Youtube
2.Vídeo Marketing
3.Crear una canal de empresa
4.Optimización del canal
5.Creación de contenidos
6.Gestión de comentarios
7.Youtube Analytics
8.Youtube vs Vimeo
9.Keyword Tool
10.Youtube Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS

1.Introducción a Facebook Ads
2.Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
3.Segmentación: públicos
4.Presupuesto
5.Formatos de anuncios
6.Ubicaciones
7.Administrador de anuncios
8.Seguimiento y optimización de anuncios
9.Power Editor
10.Pixel de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- INSTAGRAM ADS

1.Introducción a Instagram Ads
2.Objetivos publicitarios
3.Tipos de anuncios
4.Administrador de anuncios
5.Presupuesto
6.Instagram Partners
7.Segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TWITTER ADS

1.Objetivos publicitarios
2.Audiencias en Twitter
3.Tipos de anuncios
4.Administrador de anuncios
5.Creación de campañas y optimización
6.Twitter Cards
7.Instalación código de seguimiento
8.Listas de remarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- LINKEDIN ADS

1.Introducción a LinkedIn Ads
2.Formatos de anuncios
3.Objetivos publicitarios
4.Creación de campañas
5.Segmentación
6.Presupuesto
7.Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

1.Ventajas de la publicidad en Youtube
2.Youtube y Google Adwords
3.Tipos de anuncios en Youtube
4.Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
5.Creación de anuncios desde Youtube

PARTE 3. MARKETING DIGITAL: ESPECIALIDAD RETARGETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

1.Introducción
2.Concepto de Marketing Digital
3.Funciones y objetivos del Marketing Digital
4.Ventajas del Marketing Digital
5.Características de Internet como medio del Marketing Digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1.Tipos de redes sociales
2.La importancia actual del social media
3.Prosumer
4.Contenido de valor
5.Marketing viral
6.La figura del Community Manager
7.Social Media Plan
8.Reputación Online
9.NIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: SEO
10.Importancia del SEO
11.Funcionamiento de los buscadores
12.Google: algoritmos y actualizaciones
13.Cómo salir de una penalización en Google
14.Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEM: PERFORMAN MARKETING

1.Introducción al SEM
2.Principales conceptos de SEM
3.Sistema de pujas y calidad del anuncio
4.Primer contacto con Google Ads
5.Creación de anuncios de calidad
6.Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INBOUND MARKETING

1.¿Qué es el Inbound Marketing?
2.Marketing de Contenidos
3.Marketing viral
4.Video Marketing

5.Reputación online
6.NIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL CRM
7.Introducción
8.Marketing relacional
9.Experiencia del usuario
10.Herramientas de Social CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1.Definir la estrategia
2.Cuentas específicas
3.Identificación del equipo
4.Definir el tono de la comunicación
5.Protocolo de resolución de problemas
6.Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7.Monitorización
8.Gestión, seguimiento y fidelización
9.Medición de la gestión de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EMAIL MARKETING

1.Fundamentos del email marketing
2.Objetivos del email marketing
3.Estructura de un email
4.Tipos de campañas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. E-COMMERCE

1.Auge del comercio online
2.Tipos de eCommerce
3.Atención al cliente
4.Embudos de conversión
5.Casos de éxito

UNIDAD DIDÁCTICA 10. COPYWRITING

1.¿Qué es el copywriting?
2.Conectar, emocionar y convencer
3.Principales técnicas de copywriting
4.SEO para Copywriting
5.La importancia de los títulos

MÓDULO 2. RETARGETING

1.¿Qué es el Retargeting?
2.Funcionamiento del Retargeting
3.Tipos de Retargeting
    1.- Site Retargeting
    2.- Social Retargeting
    3.- Email Retargeting
    4.- Search Retargeting
4.Implementación
5.Coste del Retargeting
6.Medir resultados
7.Consejos para tener éxito en el Retargeting
8.Importancia del Retargeting
9.Empresas de Retargeting