

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

Parámetros de evaluación

1. Comprender el trabajo y las habilidades a desarrollar en la labor como community manager.
2. Conocer los principales KPI 's existentes y las herramientas para monitorizar la efectividad de las acciones desarrolladas en el ámbito digital.
3. Conocer y aprender a utilizar las principales herramientas más adecuadas para desarrollar la labor de community manager.

Programa

Unidad 1. Fundamentos.

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.

Unidad 2. Métricas y analíticas.

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.

Unidad 3. Las herramientas del community manager.

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

Material desarrollado por

Víctor Ledesma Borrego

DIGITAL MARKETING / DISEÑO WEB Y DESARROLLO FRONT END / DISEÑO GRÁFICO Y PREIMPRESIÓN

Experiencia profesional

Diseñador UX & Frontend (Freepik Company) 2021 - Actualidad.

Front end Developer (Freelance Frontend Developer) 2018 - 2022.

Digital Marketing Specialist (Freelance Marketing and Creative Services) 2015 - 2021.

Social Media Manager (Fundación Unicaja) 2015 - 2017.

Redactor sección deportes (Hotnews.ro) 2014 - 2015

Community Manager, Asistente económico y comercial (Embajada de México en Rumanía) 2013 - 2015.

Competencia docente

Profesor del curso "Community manager en la web 2.0" (Área de la Juventud del Ayuntamiento de Málaga).

Profesor de Español en Corea.

Formación académica

Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Periodismo (Universidad de Málaga).

Mass Media, Journalism (University of Incheon).

Ciencias de Comunicacáo, Jornalismo (Universidade do Minho).

Master en Social Media & Comunity Manager. Digital Marketing 2,0 (UNED).

Master en Desarrollo Web y Diseño Front End, Desarrollo de páginas Web, contenido digital multimedia y recursos informáticos (Gauss Multimedia).