

Objetivos

1. Entender adecuadamente las labores a desempeñar como community manager para favorecer la comunicación empresarial.
2. Planificar estrategias efectivas para mejorar el impacto de las acciones como community manager, de cara a aumentar el impacto y buscar la viralidad.
3. Entender la importancia de medir y analizar las acciones y publicaciones realizadas para mejorar la comunicación corporativa.
4. Comprender la importancia de la reputación online para salvaguardar la imagen corporativa.
5. Obtener la capacidad para crear un plan de social media adecuado para nuestra estrategia de comunicación para completar el plan de marketing empresarial.
6. 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. Aprender a realizar una planificación estratégica de las acciones del ámbito digital adaptadas a la empresa.
3. Conocer los principales KPI 's existentes y las herramientas para monitorizar la efectividad de las acciones desarrolladas en el ámbito digital.
4. Comprender la importancia de la comunicación online y aprender a gestionar situaciones de crisis.
5. Aprender a realizar un plan de social media distinguiendo las redes sociales que mejor pueden cubrir las necesidades empresariales y el tipo de contenido adecuado para completar el plan de marketing.
6. 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. Plan de marketing digital.

1. ¿Qué es un plan de marketing digital?
2. Análisis de la situación.
3. Definición de objetivos públicos.
4. Definición de estrategias.
5. Base tecnológica.
6. Plan de Social Media.

Unidad 3. 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 4. Crisis de reputación online.

1. La identidad digital y la reputación online.
2. Principales factores de la reputación online.

3. El origen de la crisis de la reputación online.
4. El manual de crisis de reputación.
5. Explota una crisis ¿Cómo la gestionamos?
6. La crisis ha pasado ¿Cómo la superamos?

Unidad 5. Social Media Plan, la creación de una estrategia de publicaciones en redes sociales.

1. Plan de Social Media: la planificación allanará el camino.
2. La vertiente psicológica en el Social Media.
3. Puntos del plan de Social Media.

Unidad 6. 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).