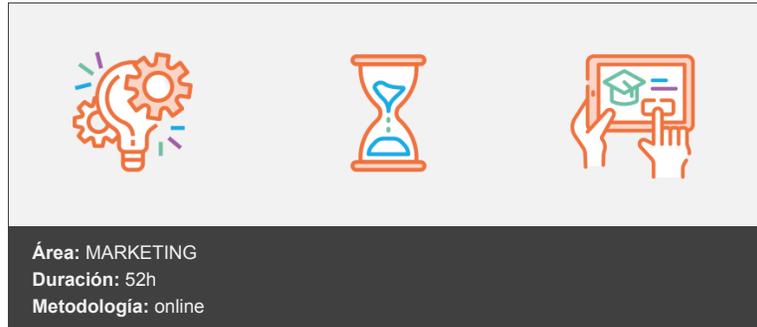


## Experto en community manager



### Objetivos

- Conocer los rasgos y cualidades básicas de un buen gestor de redes sociales, así como las características de las herramientas que utilizan en su desempeño laboral.
- Comprender los fundamentos básicos del puesto de community manager, así como sus labores y responsabilidades diarias.
- Identificar las herramientas destinadas a la creación de contenidos, así como las características y rasgos de cada una de ellas.
- Aprender a utilizar los procedimientos necesarios para la elaboración de un plan estratégico de redes sociales, que pueda ser de utilidad práctica para cada empresa.
- Adquirir conocimiento sobre las nuevas tendencias en el mundo de las redes sociales y de la comunicación digital.
- Conocer en profundidad el uso y las características de las redes sociales más utilizadas (Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn) y aprender a aplicarlos y adaptarlos a cada situación.
- Conocer la terminología y conceptos básicos acerca del entorno web y las funciones básicas de un webmaster.
- Comprender los fundamentos básicos del webmaster, así como sus labores y responsabilidades diarias.
- Aprender a realizar un análisis de situación de nuestra página web y de nuestro entorno que nos permita hacer una selección óptima de palabras clave.
- Identificar las herramientas destinadas a la creación de contenidos, así como las características y rasgos de cada una de ellas.
- Conocer los conceptos, ventajas, procedimientos y herramientas que rodean a un proceso de posicionamientos SEO.
- Adquirir conocimiento sobre las técnicas y herramientas dirigidas a la optimización web.
- Veremos los fundamentos básicos sobre el SEM y el posicionamiento patrocinado a través de la herramienta de Google Ads.
- Mejorar las capacidades comunicativas de los trabajadores que van a hacerse cargo de la comunicación de la empresa.
- Adquirir conocimiento sobre la analítica web y el establecimiento de indicadores de seguimiento de nuestra web.
- Conocer los conceptos y técnicas necesarias para mejorar y optimizar la reputación web y la importancia de la popularidad de marca.

### Contenidos y estructura del curso

*Unidad 0. Introducción.*

#### **BLOQUE 1. La figura del Community manager**

*Unidad 1. Introducción al community management.*

1.1 Conceptos básicos.

1.2 Cualidades del buen Community manager.

1.3 Funciones del CM de la empresa.

*Unidad 2. El día a día de un Community manager*

2.1 Plan de contenidos.

2.2 Análisis y planificación de las redes sociales.

2.3 Creación de contenidos de calidad.

2.4 Herramientas de un Community manager.

*Unidad 3. Casos de éxito.*

## **BLOQUE 2. La comunicación en Social media.**

*Unidad 1. ¿Por qué implantar una estrategia de social media en nuestra empresa?*

- 1.1 Conceptos básicos.
- 1.2 Ventajas de implantar una estrategia de social media.
- 1.3 Datos sobre el estado actual de las comunidades online.

*Unidad 2. Elaboración del plan de Social Media Marketing.*

- 2.1 Conceptos básicos.
- 2.2 El plan paso a paso.
- 2.3 Herramientas para la creación de contenido.

## **BLOQUE 3. Las redes sociales**

*Unidad 1. ¿Qué es una red social?*

- 1.1 Conceptos básicos.
- 1.2 Evolución de las redes sociales
- 1.3 Ventajas y desventajas de las redes sociales.
- 1.4 La reputación online.

*Unidad 2. Identificación de las diferentes comunidades*

- 2.1 ¿Qué es una comunidad?
- 2.2 Elección de las redes sociales adecuadas.
- 2.3 Hacia la fidelización del cliente.

*Unidad 3. Monitorización y medición de las acciones en redes sociales.*

- 3.1 Conceptos básicos.
- 3.2 Herramientas para la monitorización.
- 3.3 Interpretación de los resultados.

*Unidad 4. Facebook*

- 4.1 Conceptos básicos.
- 4.2 Crear y configurar el perfil de empresa.
- 4.3 Herramientas de Facebook para las empresas.
- 4.4 La estrategia de contenidos en Facebook.
- 4.5 Medir los resultados en Facebook.

*Unidad 5. Twitter*

- 5.1 Conceptos básicos.
- 5.2 Crear y configurar el perfil de empresa.
- 5.3 La estrategia de contenidos en Twitter.
- 5.4 Medir los resultados en Twitter.

*Unidad 6. Instagram*

- 6.1 Conceptos básicos.
- 6.2 Crear y configurar el perfil de empresa.
- 6.3 La estrategia de contenidos en Instagram.
- 6.4 Medir los resultados en Instagram.

*Unidad 7. LinkedIn*

- 7.1 Conceptos básicos.
- 7.2 Crear y configurar el perfil de empresa.
- 7.3 La estrategia de contenidos en LinkedIn.
- 7.4 Medir los resultados en LinkedIn.

## **BLOQUE 4. Auditoría del entorno web.**

*Unidad 0. Introducción.*

*Unidad 1. Introducción al entorno web.*

- 1.1 Conceptos básicos.
- 1.2 Elementos del entorno web
- 1.3 HTML: el lenguaje de Internet.

*Unidad 2. Análisis del estado de nuestra página web.*

- 2.1 La indexabilidad y la popularidad de nuestro sitio.
- 2.2 La importancia de las palabras clave.
- 2.3 Herramientas para la búsqueda de palabras clave.
- 2.4 Google Analytics.

*Unidad 3. Marketing de contenidos.*

- 3.1 Conceptos básicos.
- 3.2 Redacción y estructura del contenido para SEO.
- 3.3 Organización del contenido.
- 3.4 Inbound marketing.

## **BLOQUE 5. Posicionamiento web.**

*Unidad 1. SEO: El posicionamiento orgánico en buscadores.*

- 1.1 ¿Qué es el posicionamiento web?
- 1.2 Ventajas de establecer una estrategia de optimización web.
- 1.3 ¿Cómo podemos mejorar nuestro posicionamiento?

*Unidad 2. Procedimiento de la estrategia SEO*

- 2.1 Conceptos básicos.
- 2.2 Fases del proceso SEO.
- 2.3 Fijación de objetivos.

*Unidad 3. Optimización de nuestro sitio web.*

- 3.1 Conceptos de la arquitectura de la información.
- 3.2 Herramientas para la optimización web.
- 3.3 Técnicas para optimizar nuestro sitio.
- 3.4 El Black Hat SEO y las técnicas engañosas.

*Unidad 4. SEM: El posicionamiento patrocinado en buscadores.*

- 4.1 Conceptos básicos.
- 4.2 Google Adwords
- 4.3 Creación de la campaña.

## **BLOQUE 6. Analítica web.**

*Unidad 1. Analítica web aplicada a SEO.*

- 1.1 Conceptos básicos e indicadores clave de rendimiento.
- 1.2 Establecer KPI's para medir el proceso SEO.
- 1.3 Monitorización y valoración del proceso SEO.

*Unidad 2. La popularidad de nuestra website*

- 2.1 Importancia del desarrollo de la popularidad.
- 2.2 Factores de relevancia offpage
- 2.3 Google Penguin

En Critería creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

### Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Critería, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

***En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:  
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!***

**Blog de Critería**

