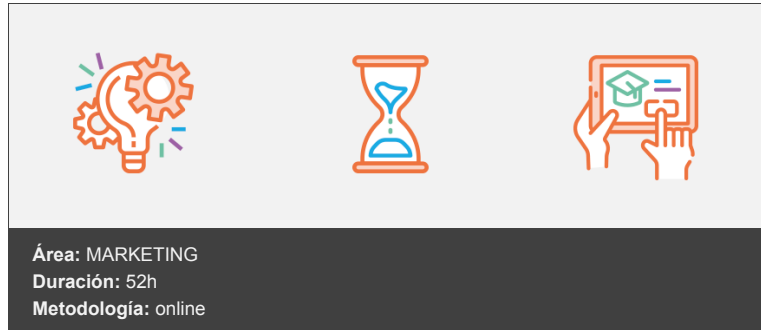


Experto en community manager



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](#)

