



## PROGRAMA DE ESTUDIO

### Módulo 1:

**Introducción:** Perfiles y campos laborales del CM

#### **El Community Manager (CM) y la Web 2.0**

- Manifiesto Cluetrain y la Web 2.0
- El concepto de la Web 2.0: Social Media y Comunidades online
- Los usuarios 2.0. Características
- La Identidad Digital – Reputación online

### Módulo 2:

#### **Social Media I: Redes Sociales**

- Qué son los Social Media: clasificación y características generales
- Redes Sociales: tipos. Posibles beneficios para las empresas
- Redes sociales ‘personales’
- Facebook: página de empresa, contenido, aplicaciones, publicidad y promociones, seguidores
- Gestión de Facebook por parte del CM: objetivos y recomendaciones
- Otras redes personales: Google+ y Tuenti
- Redes sociales ‘profesionales’: características particulares y beneficios para las empresas
- LinkedIn: página de empresa, grupos profesionales, gestión del CM
- Otras redes sociales: verticales/temáticas

### Módulo 3:

#### **Social Media II: Blogs, Microblogging y Plataformas sociales de contenidos**

- Servicios de blogging. ¿Qué es un Blog?
- Estrategia y gestión de un blog de empresa por parte del CM
- Redes de micorblogging
- Twitter: terminología, beneficios, recomendaciones para el CM, herramientas de apoyo, publicidad
- Instagram
- Plataformas/Web sociales para compartir contenidos multimedia
- Difusión de contenidos: Licencias Creative Commons
- Plataformas sociales de imágenes (Flickr), Video (Youtube), Documentos (Slideshare): canales de empresa, recomendaciones
- Marcadores y agregadores sociales
- Nuevas tipologías de redes/webs sociales: Pinterest, Whatsapp, FourSquare
- Anexos: plataformas de Audio, Wikis, Foros

### Módulo 4:

#### **Plan de Medios Sociales I: Definición de Estrategia y Objetivos y planificación de acciones**

- ¿Pueden medirse los resultados de los Medios Sociales?



- Estrategia y Planificación
- Análisis previo
- Definición de Objetivos generales
- Definición de Objetivos específicos (SMART) e indicadores claves (KPIs)
- Elaboración del Plan de Medios Sociales

## **Módulo 5:**

### **Plan de medios Sociales II: Medición y Análisis de Resultados**

- Ejecución del Plan: el día a día del CM
- Plan de Crisis: gestión de la reputación online
- Medición de resultados: herramientas
- Influencia Social: Klout, Kred
- Encuestas
- Análisis y valoración de resultados. ROI – IOR
- Alternativas-enfoques para la valoración de resultados
- Informe de resultados

## **Módulo 6:**

### **Otras Áreas que debe conocer el CM. Herramientas para el CM**

- SEO
- SEM
- Analítica Web (Google Analytics)
- Aspecto legales relacionados con los medios sociales
- Herramientas de apoyo y monitorización de medios sociales
- Herramientas genéricas de utilidad para el CM