# COMMUNITY MANAGER

**MODALIDAD:** PRESENCIAL

**DURACIÓN:** 50 HORAS

**REQUISITOS ACADÉMICOS:** NIVEL 3 (BACHILLER)

## OBJETIVOS GENERALES:

1. CONOCER QUÉ ES UN COMMUNITY MANAGER O RESPONSABLE DE COMUNIDAD, SUS FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DENTRO DE UNA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL, APRENDIENDO A INTEGRAR LAS HERRAMIENTAS DEL COMMUNITY MANAGER Y LAS ACCIONES DE GESTIÓN, MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL EN UN PLAN DE SOCIAL MEDIA

## PROGRAMA FORMATIVO:

1. USO DE LAS REDES SOCIALES
2. NUEVA ERA SOCIAL MEDIA. APLICAR LAS HERRAMIENTAS QUE OFRECE
3. FUNDAMENTOS DEL MARKETING DIGITAL
4. CARACTERÍSTICAS DEL MARKETING EN CADA MOMENTO DE LA HISTORIA
5. USO DE LA PUBLICIDAD EN INTERNET
6. DIFERENTES TIPOS DE PUBLICIDAD
7. ACERCARSE A LOS SOCIAL CRM
8. ANALIZAR LA INFLUENCIA Y EL ALCANCE DEL USO DE LA PUBLICIDAD EN INTERNET
9. CARACTERÍSTICAS DE UN COMMUNITY MANAGER
10. FUNCIONES, TAREAS Y RESPONSABILIDADES DE UN CM
11. HERRAMIENTAS CON LAS QUE CUENTA UN COMMUNITY MANAGEMENT
12. PAPEL DEL COMMUNITY MANAGER DENTRO DE LA EMPRESA
13. MARKETING PLAN
14. ELABORAR UN PLAN ESTRATÉGICO SOCIAL MEDIA
15. FASES DEL PROCESO DE PUESTA EN MARCHA DE UN SOCIAL MEDIA
16. MARKETING PLAN
17. CONOCER Y MANEJAR EL SEO
18. OPTIMIZACIONES PARA BUSCADORES
19. COMPRENDER LA IMPORTANCIA DEL POSICIONAMIENTO PARA INCREMENTAR LAS VISITAS A UNA WEB-
20. ASPECTOS BÁSICOS SOBRE LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS Y NORMATIVAS DE ACCESIBILIDAD