COMMUNITY MANAGER. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE REDES

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS

Dirigido a

Profesionales de la comunicación y el marketing o que quieran mejorar su estrategia de comunicación corporativa, con un especial énfasis en la planificación estratégica integral.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá el ámbito de actuación para ejercer la labor de Community Manager, abarcando el impacto de las publicaciones realizadas y sus efectos en la imagen corporativa.

Duración

- *Modalidad e-learning: 15 horas*
- *Modalidad presencial: 8 horas*
- *Aula Virtual: 8 horas*

METODOLOGÍAS Y GESTIÓN DE BONIFICACIONES

Metodología de la Formación Presencial / Aula Virtual

En AdelantTa, nos adaptamos a las necesidades de cada cliente, con la metodología más moderna y con formadores profesionales de primer nivel en sus áreas de conocimiento.

COMMUNITY MANAGER. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE REDES

Metodología de la Formación *e-learning*

Con un catálogo superior a los 6.000 cursos, la teleformación que ofrece AdelantTa es un modo óptimo de conseguir formar a los trabajadores, y una manera de incorporarse a los procesos de transformación digital, tan inevitables como ventajosos.

Gestión de Bonificaciones

En AdelantTa somos expertos en la gestión de bonificaciones de FUNDAE si desea que le realicemos el proceso completo para poder hacer uso de los créditos para la formación de los dispone su empresa.

COMPETENCIAS

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. Comprender la importancia de la reputación online para salvaguardar la imagen corporativa.
4. Obtener la capacidad para crear un plan de social media adecuado para nuestra estrategia de comunicación para completar el plan de marketing empresarial.

OBJETIVOS

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. Comprender la importancia de la comunicación online y aprender a gestionar situaciones de crisis.
4. 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..

CONTENIDOS

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.

COMMUNITY MANAGER. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE REDES

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. 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 4. 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.