CURSO

ESCUELA ORIGEN
INTERNATIONAL EDUCATION

COMMUNITY MANAGER Y REDES SOCIALES

ERG004

- DIPLOMA ACREDITADO POR NOTARIO EUROPEO -



CECAP

CUM LAUDE

ESPAÑA
NOTARIO

ESCUELA ORIGEN
INTERNATIONAL EDUCATION

DESTINATARIOS

El Programa está especialmente diseñado para aquellas personas que estén interesadas en adquirir conocimientos sobre **Community Manager y Redes Sociales** y que quieran asegurarse un recorrido ascendente en esta área, con una especial elevación y consolidación de competencias.

Permite conocer la introducción y contextualización del social media, el social CRM y la atención al cliente, la introducción al Copyright, SEO y analítica, la gestión de Facebook, la gestión de Instagram, la gestión de Twitter, la gestión de Youtube, la publicidad social media, el Ecosistema 2.0 y Social media, la figura del Community Manager, la atención al cliente, entre otros aspectos relacionados. Además, al final de cada unidad didáctica el alumnado encontrará ejercicios de autoevaluación para poder evaluar el nivel y los conocimientos adquiridos en cada apartado, y que él/ella mismo/a podrá corregir a través del solucionario adjunto.

El alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA
300H

MODALIDAD
ONLINE
*La modalidad incluye módulos con clases en directo.

CURSO INICIAL
ONLINE

TUTORIAS
PERSONALIZADAS

IDIOMA
ESPAÑOL

DURACION
HASTA UN AÑO
*Prorrogable

IMPORTE

VALOR ORIGINAL: ~~1500 €~~
VALOR ACTUAL: 375 €

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el " **COMMUNITY MANAGER Y REDES SOCIALES** ", de la ESCUELA ORIGEN INTERNATIONAL EDUCATION, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, máxima institución española en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

CONTENIDO FORMATIVO

PARTE 1

COMMUNITY MANAGER

INTRODUCCIÓN

MÓDULO 1. *COMMUNITY MANAGEMENT*

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUE ES EL COMMUNITY MANAGEMENT?

1. Origen y evolución
2. Definición y conceptos clave
3. Beneficios

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PERFIL DEL COMMUNITY MANAGER

1. Funciones

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BASES DE LA GESTIÓN DE COMUNIDADES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. *SOCIAL MEDIA*

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 2. COMPORTAMIENTOS DEL USUARIO EN EL ENTORNO DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. *MARKETING* TRADICIONAL VS. *MARKETING* DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SEGMENTACIÓN DE AUDIENCIA EN REDES SOCIALES

1. Identificación de características demográficas y psicográficas
2. Creación de *buyer personas* y perfiles de usuario
3. Importancia de la segmentación en la estrategia de contenido

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE COMPORTAMIENTOS DE CONSUMO DE CONTENIDO

1. Identificación de los tipos de contenido más populares
2. Niveles de participación en publicaciones
3. Retroalimentación y opinión

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MÉTRICAS

1. Métodos de valoración de la marca
2. Métricas de publicidad
   -*Gross rating point* (GRP)
   -Cuota de inversión o notoriedad

3. Métricas de marketing digital
   -Coste por clic (CPC)
   -Coste por mil impresiones (CPM)
   -*Click through rate* (CTR)
   -Índice de conversión (IDC)
   -Coste por visita (CPV)
   -Coste por adquisición (CPA)
   -Retorno de la inversión (ROI)

UNIDAD DIDÁCTICA 5. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS Y TOMA DE DECISIONES

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 3. GESTIÓN DE LA MARCA EN EL ENTORNO DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES LA IDENTIDAD DIGITAL?

1. Reputación digital
   -Análisis de reputación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. *BRANDING*

1. Identidad corporativa
   -Dimensión expresiva
   -Atributos de marca
2. Imagen de marca

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

1. Antecedentes de la RSC
2. *Triple bottom line*
   -Ámbito económico
   -Ámbito social
   -Ámbito ambiental

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 4. REDES SOCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ SON LAS REDES SOCIALES?

1. Origen y evolución

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOS DE REDES SOCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 3. USO RESPONSABLE DE LAS PLATAFORMAS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GLOSARIO DE TÉRMINOS *SOCIAL MEDIA*

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROCESO DE CREACIÓN DEL CONTENIDO EN LAS REDES

1. Tipos de contenido
2. Publicación viral
3. Tendencias

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTAS PARA LA CREACIÓN DE CONTENIDO

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 5. FACEBOOK

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FUNCIONES DE FACEBOOK

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PÁGINAS COMERCIALES

1. Configuración de la página comercial
2. Herramientas de la página comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANALÍTICA EN FACEBOOK

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FACEBOOK ADS

1. Objetivos
   -Tipos de anuncios para objetivos específicos
2. Segmentación del público
3. Emplazamiento del anuncio
4. Presupuesto
5. Anuncios
   -Administrador de anuncios
   -Optimización: Power Editor
   -Análisis: Píxel de Facebook

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 6. INSTAGRAM

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FUNCIONES DE INSTAGRAM

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INSTAGRAM PARA EMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 3. *HASHTAGS*

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COLABORACIONES

1. Administrador de colaboraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTADÍSTICAS DE INSTAGRAM

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INSTAGRAM ADS

1. Objetivos
2. Anuncios
3. Segmentación de públicos

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 7. X

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FUNCIONES DE X

1. Temas y listas
2. Tendencias

UNIDAD DIDÁCTICA 2. X PARA EMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANALÍTICA EN X

1. Panel de actividad de tuit y panel de actividad de video

UNIDAD DIDÁCTICA 4. X ADS

1. Tipos de campañas
   -Campaña de lanzamiento
   -Campaña para conectar
   -Campaña de alcance
   -Campaña de reproducciones de video
   -Campaña de reproducciones *pre-roll*
   -Campaña de descargas de la app
   -Campaña de clics en el sitio web
   -Campaña de interacción
   -Campaña de seguidores
2. Productos de apropiación
   -First View
   -Tendencia Promocionada
3. Formatos
4. Segmentación
5. Analytics
   -Paneles clave
6. Medición

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 8. TIKTOK

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FUNCIONES DE TIKTOK

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIKTOK PARA EMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANALÍTICA EN TIKTOK

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TIKTOK ADS

1. Objetivos
2. Formatos de anuncio
   -TopView
   -TopView Lite
   -Anuncios In-Feed
   -Branded Hashtag Challenge
   -Branded Hashtag Challenge Plus
   -Branded Effects
3. Segmentación
4. Presupuesto

5. Medición y seguimiento
   -TikTok Píxel

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 9. LINKEDIN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FUNCIONES DE LINKEDIN

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LINKEDIN PARA EMPRESAS

1. LinkedIn Recruiter

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANALÍTICA EN LINKEDIN

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LINKEDIN ADS

1. Anuncios
   -Sponsored Content
   -Sponsored Messaging
   -Text Ads
   -Dynamic Ads
2. Presupuesto
3. Administrador de anuncios

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 10. TWICH

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FUNCIONES DE TWICH

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TWICH PARA EMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MODERACIÓN Y GESTIÓN DE LA COMUNIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 4. BITS

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TWICH ADS

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 11. YOUTUBE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FUNCIONES DE YOUTUBE

UNIDAD DIDÁCTICA 2. YOUTUBE PARA EMPRESAS

1. Obtener ingresos en YouTube
2. Estrategia creativa

UNIDAD DIDÁCTICA 3. YOUTUBE ADS

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 12. OTRAS REDES SOCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. WHATSAPP

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SNAPCHAT

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PINTEREST

UNIDAD DIDÁCTICA 4. BEREAL

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TELEGRAM

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 13. ELABORACIÓN DEL PLAN DE *SOCIAL MEDIA*

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DISEÑO EN LAS REDES SOCIALES

1. Recomendaciones de diseño para redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRUCTURA DEL *SOCIAL MEDIA PLAN*

1. Análisis inicial de la marca
2. Definición del público objetivo
3. Establecimiento de objetivos
4. Implantación de la estrategia
5. Análisis de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE CRISIS EN REDES SOCIALES

1. Plan de gestión de crisis en redes sociales
   -Fase de prevención
   -Fase de reacción
2. Pasos para definir el protocolo de crisis
3. Claves para el manejo de crisis

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 14. BLOG

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES UN BLOG?

1. Características generales de un blog
   -Características técnicas
   -Características sociales
2. Mantenimiento y visibilidad
3. Tipologías de blog
4. Blog para empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. WORDPRESS

1. Productos de WordPress
   -Blogs
   -Páginas web
   -Dominios
   -*E-commerce*
   -Otros productos
2. Funcionalidades de WordPress
   -Temas
   -*Plugins*
   -*Widgets*
   -Google Apps
3. Diseño *responsive* de WordPress

UNIDAD DIDÁCTICA 3. OTRAS PLATAFORMAS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NOCIONS DE SEO

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 15. INTRODUCCIÓN AL DISEÑO GRÁFICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FUNDAMENTOS DEL DISEÑO GRÁFICO

1. Equilibrio y alineación
2. Jerarquía
3. Contraste
4. Repetición
5. Proporción
6. Movimiento
7. Espacio
8. Color
9. Tipografía

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FORMATOS DE DISEÑO

1. Formatos para impresión
2. Formatos digitales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HERRAMIENTAS PARA EL DISEÑO GRÁFICO

1. Adobe Creative Suite
2. Sketch
3. CorelDRAW
4. Canva
5. Affinity Designer
6. GIMP
7. Blender
8. IA

PARTE 2

MARKETING EN LAS REDES SOCIALES

INTRODUCCIÓN

MÓDULO 1. IMPORTANCIA DE LAS REDES SOCIALES EN EL MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 2. APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE RED SOCIAL

1. Evolución de las redes sociales
2. Características de las redes sociales
3. Tipos de redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING DE REDES SOCIALES EN LA EMPRESA

1. Características del marketing de redes sociales
2. Estrategias de marketing en las redes sociales
3. Utilidad del marketing de redes sociales en la empresa
   -Utilidad de las redes sociales en las funciones del marketing
   -Utilidad de las redes sociales en relación con el consumidor
4. Reputación online
   -Dimensiones de la reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FIGURAS PROFESIONALES

1. Social media manager
2. Community manager

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 2. FUNCIONAMIENTO DE LAS PRINCIPALES REDES SOCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. META

1. Funciones de Meta
2. Páginas comerciales
   -Configuración de la página comercial
   -Herramientas de la página comercial
3. Analítica en Meta

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INSTAGRAM

1. Funciones de Instagram
2. Instagram para empresas
3. Hashtags
4. Colaboraciones
   -Administrador de colaboraciones
5. Estadísticas de Instagram

UNIDAD DIDÁCTICA 3. X

1. Funciones de X
   -Temas y listas
   -Tendencias
2. X para empresas
3. Analítica en X
   -Panel de actividad de posts y panel de actividad de video

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LINKEDIN

1. Funciones de LinkedIn
2. LinkedIn para empresas
   -LinkedIn Recruiter
3. Analítica en LinkedIn

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TIKTOK

1. Funciones de TikTok
2. TikTok para empresas
3. Analítica en TikTok

UNIDAD DIDÁCTICA 6. YOUTUBE

1. Funciones de YouTube
2. YouTube para empresas
   -Obtener ingresos en YouTube
   -Estrategia creativa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. OTRAS REDES SOCIALES

1. WhatsApp
2. Snapchat
3. Pinterest

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 3. SOCIAL MEDIA PLAN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DISEÑO EN LAS REDES SOCIALES

1. Recomendaciones de diseño para redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRUCTURA DEL SOCIAL MEDIA PLAN

1. Análisis inicial de la marca
2. Definición del público objetivo
3. Establecimiento de objetivos
4. Implantación de la estrategia
5. Análisis de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE CRISIS EN REDES SOCIALES

1. Plan de gestión de crisis en redes sociales
   -Fase de prevención
   -Fase de reacción
2. Pasos para definir el protocolo de crisis
3. Claves para el manejo de crisis

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 4. SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION

1. Invertir en SMO
2. Técnicas de SMO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS DE SMO

1. Herramientas de publicación y monitorización
   -Hootsuite
   -Metricool
   -Buffer
   -AgoraPulse
2. Herramientas de gestión integral

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 5. PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. META ADS

1. Objetivos
   -Tipos de anuncios para objetivos específicos
2. Segmentación del público
3. Emplazamiento del anuncio
4. Presupuesto
5. Anuncios
   -Administrador de anuncios
   -Optimización: Ads Manager
   -Análisis: Píxel de Meta

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INSTAGRAM ADS

1. Objetivos
2. Anuncios
3. Segmentación de públicos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LINKEDIN ADS

1. Anuncios
   -Sponsored Content
   -Sponsored Messaging
   -Text Ads
   -Dynamic Ads
2. Presupuesto
3. Administrador de anuncios

UNIDAD DIDÁCTICA 4. X ADS

1. Tipos de campañas
   -Campaña de lanzamiento
   -Campaña para conectar
   -Campaña de alcance
   -Campaña de reproducciones de video
   -Campaña de reproducciones pre-roll
   -Campaña de descargas de la app
   -Campaña de clics en el sitio web
   -Campaña de interacción
   -Campaña de seguidores
2. Productos de apropiación
   -First View
   -Tendencia Promocionada
3. Formatos
4. Segmentación
5. Analytics
   -Paneles clave
6. Medición

UNIDAD DIDÁCTICA 5. YOUTUBE ADS

1. Formatos publicitarios
2. Anuncios TrueView In-Stream
3. Presupuesto
4. Segmentación
5. Content ID
6. YouTube Analytics
   -Estadísticas de YouTube Studio
7. Crear un anuncio de video

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TIKTOK ADS

1. Objetivos
2. Formatos de anuncio
   -TopView
   -TopView Lite
   -Anuncios In-Feed
   -Branded Hashtag Challenge
   -Branded Hashtag Challenge Plus
   -Branded Effects
3. Segmentación
4. Presupuesto
5. Medición y seguimiento
   -TikTok Píxel

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 6. SOCIAL CRM Y ATENCIÓN AL CLIENTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SOCIAL CRM

1. Herramientas de social CRM
2. Data mining
3. Sistemas de información geográfica

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GENERACIÓN DE LEADS

1. Tipos de leads
2. Herramientas para captar leads
   -Lamding page
   -Formularios
   -Thank you page
   -Follow up email
3. Técnicas y métodos para captar leads y Social Leads
   -Social Login en web
   -Soporte al cliente basado en Social Login
   -Wifi para captar Social Leads
   -Contenido descargable
   -Email marketing
   -Video marketing
   -Ads
   -Marketing en buscadores
   -Co-branding
   -Campañas interactivas
   -Técnicas offline

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING RELACIONAL

1. Características del marketing relacional
2. Tipos de relaciones con los clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT

1. Fidelizar al cliente
   -Estrategias y técnicas de fidelización
2. Atención al cliente tradicional
   -Derechos del consumidor
3. Atención al cliente en la era digital
   -Características del cliente digital
   -Customer digital experience

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

SOLUCIONARIO

BIBLIOGRAFÍA