

CURSO SUPERIOR en COMMUNITY MANAGEMENT

80 horas

Jueves 16 marzo · Jueves 11 junio

Lunes · Jueves 16.00h-20.00h

PRESENTACIÓN - METODOLOGÍA

Aprendizaje

CUESTIONAMIENTO

cuestionamiento
grupo · equipo

COMUNICACIÓN · MARKETING

Marketing .0
La era de las personas
Nuevos consumidores

SOCIAL MEDIA

¿Qué quieren nuestros clientes?
Entorno web · SM
S.M., la gran conversación
Plan SM · Competencia
Diferencia
Cliente
Competencia
Objetivos
Ecosistema web
Web / Blog
Redes sociales
Medir y medir
ROI social
El invento del hashtag
Plan de Crisis
Timing estimativo
La Masa crítica
Estrategia digital de éxito 10 pasos

EL COMMUNITY MANAGER

El CM la cara más humana
Construyendo Comunidad Digital
Personal Branding
Networking · Recomendaciones

COACHING EXPRESIVO PARA CM

Inteligencia emocional-social
creatividad
coaching

IDENTIDAD DIGITAL DE MARCA

Idea embrión
Mi diferencia
Explorando mi identidad digital

EL CONTENIDO ES EL REY

Qué es MK de contenidos
Objetivos MKC
Ventajas y beneficios MKC
Claves para el éxito con MKC
La pirámide del MKC
El ciclo de compra del consumidor
MKC · plan
Etapas:
Objetivos
Audiencia
Contenidos
Ejecución
Monitorización
Monitorizar Redes sociales /
monitorizar contenidos
indicadores KPI
Métricas

EL BLOG · base*

999 razones para crear un blog
5 pasos antes de empezar
Construye tu blog
Consejos al iniciar el blog
El post perfecto no existe
Habilidades esenciales
Ponte en la piel del lector
Un post no se escriben, se escanean
Usabilidad del blog
Los principales erroresprincipiantes
Elaborar un post desde 0.

CREACIÓN DE CONTENIDO

Creatividad aplicada Contenido
Storytelling
Tipos de contenidos
Tipologías
Tipos por el propósito
Tipos por el objetivo
Contenidos que funcionan
Contenidos con viralidad
Bancos de recursos para diseños
Formatos de contenido online
Define el formato

CURACIÓN DE CONTENIDO

Qué la Curación contenidos
El content curator
Qué es la gestión del conocimiento
El embudo de información
Guía para crear estrategia de CC
El método de las 4'S de contenido
Técnicas de CC
Buenas prácticas CC
Mini Guía estratégica
Licencias

LA REINA ES LA CONVERSACIÓN

Comunicación efectiva
Conversar
Honestidad en la empresa
Reputación · posicionamiento.0
Plan conversacional
Construir conversaciones
Modelo de análisis de Conv.
Plantilla para detectar influyentes
Estrategia conversacional ·
'speech' adaptativos
Planificación de conversaciones
Escucha activa

EL BLOG

Bases *
Desarrollo del Post efectivo
1· Generar una idea nueva
2· Adaptar, retomar o mejorar ideas y contenidos existentes ·
3· Elaborar una primera versión del título
4· Crear la estructura básica
5· Escribir la introducción
6· Redactar la parte clave

7· Incluir los enlaces internos y externos
8· Escribir la parte final del post
9· Elegir una pregunta para generar conversación
10· Incluir una imagen
Conclusión
Creando Comunidad
Post participativo
Otra estrategia de blogging
Cuando tu comunidad crece
Promoción de contenidos
Comentar en otros blogs
Difusión de c. de terceros
El guest blogging
Promocionar el blog en RRSS
Viralidad
La masa crítica
Contenidos gratis
Factores clave en post virales
Los indicadores de tu éxito
ROI de tu blog
Monetizar el blog
Optimización de contenidos
Posicionamiento SEO
Cómo funcionan los enlaces entre blogs
Linkbaiting
Linkbuilding
Estrategias de posicionamiento

EMAIL-MARKETING

Qué es emailing
Qué es email marketing
Para qué empresas
Estrategia e-MMK
Estructura previa
Estrategia Workflow automático
La base de datos
El mensaje
Métricas y analítica
Marco Jurídico

PLAN SOCIAL MEDIA

Plan SM
Calendario editorial

MARATÓN DE EXPERIENCIAS ·

Cómo Social Media ayuda en tu negocio,
Como hacer presentaciones creativas
Presentación de Experiencias