



COMMUNITY MANAGER



Objetivos

Conocer una profesión de creación reciente que se está convirtiendo en una de las más solicitadas por las empresas que desean iniciar su implantación real en Internet. Aprender a utilizar las herramientas adecuadas para representar a una empresa en la red y para comunicarse con los usuarios de la web 2.0.



Contenido

1. De la web corporativa a las redes sociales

- 1.1. Introducción: antecedentes históricos.
- 1.2. Los Social Media.
- 1.3. El Community manager.

2. Cómo trabaja un Community Manager

- 2.1. Introducción.
- 2.2. Principios básicos del Community Manager.
- 2.3. Tareas y habilidades del Community Manager.
- 2.4. Planificación estratégica.

3. Las herramientas del Community Manager en la web 2.0

- 3.1. Introducción.
- 3.2. La publicación en blogs.
- 3.3. La publicación de fotografías e imágenes.
- 3.4. La publicación de presentaciones y otros textos.
- 3.5. La publicación de vídeo y audio.
- 3.6. Otras herramientas de publicación 2.0.

4. El Community Manager en las Redes Sociales

- 4.1. Introducción.
- 4.2. ¿Qué son las redes sociales?
- 4.3. *Facebook* y las redes sociales de amistad.
- 4.4. *Twitter* y las redes de *Microblogging*.
- 4.5. Otras Redes sociales.

5. La medición de resultados

- 5.1. Introducción.
- 5.2. Herramientas del Community Manager.
- 5.3. La monitorización en *Facebook* y *Twitter*.
- 5.4. Otros aspectos de la Reputación Online.

6. Ética y valores en la web 2.0

- 6.1. Introducción.
- 6.2. La Netiqueta.

6.3. El nuevo tipo de consumidor en Internet.

