

COMMUNITY MANAGEMENT

GLOBAL_
THINKING
GLOBAL LEADERS_

PROGRAMA ESPECIALIZADO – 60 h.

FORMATO: presencial

ÁREA: comunicación/publicidad

OBJETIVOS

- » Entender las Redes Sociales y las nuevas reglas de juego de comunicación y relación.
- » El perfil y los roles de un Community Manager y su integración en los departamentos de comunicación.
- » Cómo dar contenido a tu comunidad, dinamizarla y gestionarla.
- » Cómo gestionar y divulgar contenido.
- » Qué tono de comunicación utilizar en Social Media.
- » Cómo dar respuesta a las diferentes casuísticas de interacción: atención, comunicación, resolución de problemas.
- » Cómo gestionar una situación de crisis.
- » Cómo monitorizar tu gestión.
- » Cómo monitorizar la escucha de tu empresa y de la competencia.
- » Los aspectos legales que afectan.

PROGRAMA - FASES

- » Estrategia digital.
- » La Estructura de un departamento de Social Media y el rol de Community Manager.
- » Reputación On line Corporativa (ORM).
- » Redacción y Comunicación 2.0: Cómo expresarte en Redes Sociales.
- » Legalidad 2.0.
- » Herramientas básicas y avanzadas para el Community Manager. Gestión y Monitorización.
- » Gestionando y Mediando con las comunidades.
- » Metodología paso a paso de cómo definir y dimensionar tu propia Comunidad.
- » Plataformas de publicación Social Media: Content Management.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Profesionales de Marketing, Comunicación y/o Publicidad que necesiten reciclarse y especializarse en las nuevas disciplinas del Social Media Marketing. Profesionales con algunos años de experiencia en empresa, que quieran mejorar sus conocimientos y reorientar su actividad o promocionarse profesionalmente en los entornos de comunicación digital. Profesionales con poca experiencia que han finalizado su carrera especialmente de Publicidad, Periodismo o Comunicación. Profesionales de agencias y consultoras interactivas. Gerentes de PYMES.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*