



Marketing en Internet y Community Manager

1.0 y 2.0

Presentación: El curso de Community Manager procura brindar al estudiante una formación en la administración y manejo de las Redes Sociales, así como de la publicidad y marketing en Internet. Incluyendo un marco teórico conceptual, casos prácticos y work shop. Capacita al egresado tanto para trabajar en una relación de dependencia como para dirigir su propio emprendimiento como especialista en RR.SS.

Fundamentación: El presente programa ha sido estructurado teniendo en cuenta la necesidad de los funcionarios administrativos y comerciales de dominar la administración de las redes sociales desde una perspectiva del marketing y la promoción, así como para administrar las mismas en forma tercerizada.

Objetivos: Que los estudiantes sean capaces de administrar las redes sociales de una o varias empresas, crear, editar y organizar contenidos corporativos apropiados, resolver objeciones y comentarios negativos.

Sistema de Enseñanza: Clases presenciales en formato modular con una carga horaria de 64 horas distribuidas en 3 clases semanales de 3 horas cada una.

Desarrollo:

Módulo I: Introducción al Social Media y la web 2.0	<ul style="list-style-type: none">• Qué entendemos por Web 2.0 y Social Media.• Tópicos en Redes Sociales.• Nuevos entornos 2.0.• Evolución de las Redes Sociales.• Los clientes en las Redes Sociales.• Actitudes de los profesionales del Social Media.• Consejos para Community Managers.• Empresa 2.0: características y ventajas.
--	---



Módulo II El perfil profesional del Community Manager y funciones	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué es un Community Manager?• Relaciones Públicas Online• Funciones de un Community Manager.• Las 7 Cs de un Community Manager.• Gestión de crisis y aptitudes.• Community Manager externo e interno.• Gestión del Community Management.• Revisión de fuentes.• Estrategias de promoción.• Consejos.
Módulo III Branding 2.0	<ul style="list-style-type: none">• Módulo 3:• Qué es la Marca personal o Personal branding.• La netetiqueta y las buenas prácticas en las redes sociales.• El relaciones públicas en la red.• Algunos consejos para el networking 2.0.
Módulo IV Estrategias de Marketing 2.0	<ul style="list-style-type: none">• Módulo 4: Estrategias de Marketing 2.0.• Crear una web efectiva.• Marketing en redes sociales.• Panorama de los medios sociales.• Tipos de redes sociales.• Optimización de campañas.• KPI. Key Performance Indicator.• Acciones y campañas. Un ejemplo real.
Módulo IV Social Media Plan	<ul style="list-style-type: none">• Estrategia en Redes Sociales: El Social Media Plan.• Elaboración de un Social Media Plan.• Contenido.• Línea de Comunicación.• Cómo escribir para internet.• Qué debe vender un Community Manager.• Trucos para hacer una buena propuesta al cliente.• Condiciones generales de nuestra propuesta. Puntos a incluir.• Elaboración de presupuestos.



<p>Módulo VI: Facebook</p>	<ul style="list-style-type: none">• Datos fundamentales sobre Facebook.• Conceptos básicos: elementos que componen Facebook.• Perfil: descripción y uso. Consejos.• Grupos: descripción y uso. Consejos.• Páginas de fans: descripción y uso. Creación y consejos. Estadísticas• Aplicaciones: descripción y uso. Consejos.• Publicidad: descripción y uso. Consejos.• Fotografías en Facebook.• Enlaces en Facebook.• Actualización de estado o entrada en Facebook.• Páginas, aplicaciones y herramientas de Facebook.• Creando una página de Facebook.• Configuración inicial de la página de Facebook: información básica, marketing, aplicaciones y estadísticas de páginas de fans.• Que es una aplicación para Facebook.• Aplicaciones interesantes para tu página de Facebook.• Flujo de creación de una aplicación para Facebook.• Estadísticas de las aplicaciones.• Facebook en la red.• Widgets gratuitos para promocionar la página de Facebook.• Ejemplos prácticos de páginas de Facebook en la web.
<p>Módulo VII Twitter</p>	<ul style="list-style-type: none">• Módulo 7: Twitter• Descripción de Twitter y su configuración. Primeros pasos.• Palabras y símbolos clave. Hashtag, RT, DM, FF.• Partes de Twitter y pestañas.• Los primeros pasos.• Consejos en Twitterland.• Buenas prácticas y netiqueta en Twitter.• Hootsuite, un poderoso aliado para el Community Manager.• Múltiples cuentas y modelos.• Cómo responder en Twitter.• Hastags, búsquedas y su buen uso.• Creación y gestión de Comunidades en Twitter.• Búsqueda avanzada.• Trucos de expert@.• Herramientas de gestión: Tweetdeck, Hootsuite y SocialBro.• Herramientas de medición y monitorización.



Módulo VIII Youtube	<ul style="list-style-type: none">• Módulo 8: Youtube• Objetivos y Beneficios del videomarketing.• Principales hábitos a desarrollar para la grabación de videos.• Como sacar el máximo rendimiento al smart phone.• Optimización del canal youtube.• Análisis de videos.• El Storytelling de los videos.• Los cinco pasos del youtube marketing: Planificación, grabación, edición, subida a Youtube y análisis de resultados.• Ejemplos de éxito.• Casos de ejemplo de YouTube para Empresas.
Módulo IX Pinterest e Instagram	<ul style="list-style-type: none">• Pinterest: origen y contenidos compartidos.• Pinterest: Solicitud de invitación y perfil de usuario.• Pinterest: Búsquedas, sectores interesantes y ejemplos.• Instagram: Introducción y cifras.• Instagram: Uso por grandes marcas, ej. Starbucks y Nike.• Instagram: Uso en moda y comunicación.• Instagram: Buenas prácticas.• Instagram: Herramientas.
Módulo X Blogs	<ul style="list-style-type: none">• Plataformas para crear blogs.• Blogs y Social Media.• Blogs profesionales.• Diseño, estructura y personalización con themes.• Contenidos y promoción del blog.• WordPress: .com y .org. Videotutoriales.
Módulo XI LinkedIn	<ul style="list-style-type: none">• La red más profesional.• Creación, personalización y optimización de perfiles.• Red de contactos y gestión de recomendaciones.• Uso profesional de grupos.• Estrategias corporativas en Linked in.• Estadísticas y seo.• Trucos y uso para negocios.
Módulo XII Marca Personal	<ul style="list-style-type: none">• Qué es la marca personal.• Por qué es necesaria para un Community Manager.• Qué hacer y para quien.• Procedimiento: Diseño, desarrollo y gestión de la marca propia.• Corto, medio y largo alcance.



Módulo XIII Geolocalización y Redes Sociales	<ul style="list-style-type: none">• Introducción a la Geolocalización.• Geolocalización: generación de mapas, geoposicionar e integrar información.• Posicionamiento y tráfico web. Uso de dispositivos móviles.• Geolocalización y Redes Sociales: Beneficios para Empresas.• Realidad aumentada.• Herramientas y ejemplos.
Módulo XIV Reputación Online	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué es la Reputación Online?• Proceso para gestionar la Reputación Online.• Cómo responder a las críticas.• Qué hacer ante una crisis de reputación online: protocolos.• Casos prácticos.• Gestión de crisis.
Módulo XV - SEO	<ul style="list-style-type: none">• Conceptos básicos de SEO
Módulo XI Analítica Web	<ul style="list-style-type: none">• Qué es y para qué sirve la analítica web.• Objetivos y KPIs, definición.• Análisis básico con Google Analytics.• Encuestas Online y Test AB.• Métricas en Social Media e Informes que genera un Community Manager.e

Bibliografía

- Título: “La función del Community Manager“. Autor: Aerco y Territorio Creativo. <http://www.box.net/shared/pgur4btexi> - La función del Community Manager analizada por varios profesionales del sector.
- Título: “The art of community“. Autor: Jono Bacon. <http://ow.ly/lv1r> - Los consejos del Community Manager de Ubuntu.
- Título: “Mashup Patterns“. Autor: Michael Ogrinz - Los “mash up” y su influencia en la empresa moderna.
- Título “Groundswell“. Autor: Josh Bernoff, Charlene Li - Cómo la web 2.0 está transformando nuestra sociedad.
- Título: “Yes we did!“. Autor: Rahaf Harfoush - El testimonio en 1º persona de una de las componentes de la campaña de Obama.
- Título: “Trust agents“. Autor: Chris Brogan y Julien Smith - Cómo usar la web para construir nuestra reputación.
- Título: “Here comes everybody“. Autor: Clay Shirky - El poder de organizarse sin organizaciones.



- Título: “El manifiesto Cluetrain“. Autor: Rick Levine, Christopher Locke, Doc Searls y David Weinberger - Un clásico por excelencia. “Los mercados son conversaciones...”
- Título: “Content“. Autor: Cory Doctorow, <http://craphound.com/content/download/> - Recopilación de artículos de uno de los pensadores más lúcidos del momento.
- Título: “Wikinomics“. Autor: Don Tapscot y Anthony D. Williams - El mejor libro jamás escrito sobre Open Economy.
- Título: “Free“. Autor: Chris Anderson - ¿Hay un modelo de negocio rentable detrás del “gratis”? Del autor de “The Long Tail”.
- Título: “Nosotros es más inteligente que Yo“. Autor: Barry Libert y Jon Spector - El libro “wikinómico” contiene numerosos y variados casos de éxito de las nuevas “colmenas humanas”.
- Título: “Socialnomics“. Autor: Erik Qualman, <http://socialnomics.net/> - Cómo Social Media está transformando la forma en que vivimos y hacemos negocios.
- Título: “Remix“. Autor: Lawrence Lessig - Una mirada diferente al tema de los derechos de autor.
- Título “El poder del Networking“. Autor: Félix López Capel - Excelente libro de uno de los miembros de la Aerco.
- Título: “La empresa en la web 2.0”, año 2009. Autor: Javier Celaya - Análisis de la empresa web 2.0, plagado de ejemplos prácticos.
- Título: “The tipping point“. Autor: Malcom Gladwell - Habla sobre cómo se originan las tendencias y las modas, con algunos ejemplos históricos.
- Título: Nuevos modelos de gestión de las organizaciones. Autor: Genís Roca - Para definir los factores a tener en cuenta a la hora de enfocar la estrategia en la red para una organización.
- Título: “La Meta” Autor: Eliyahu Goldratt, Jeff Cox - La solución a los problemas se encuentra en la Teoría de las Limitaciones (Theory of Constraints o TOC).
- Título: “Cómo mejorar la comunicación corporativa en los social media“. Autor: José Luis Antúnez - Recomendaciones en comunicación corporativa por uno de los organizadores del EBE.
- Título: “Tu plan de comunicación en Internet. Paso a paso“. Autor: Ivan Pino - Guía completa y sencilla sobre cómo gestionar la Reputación Corporativa en Internet, <http://ivanpino.com/consigue-gratis-tu-plan-de-comunicacion-corporativa-online/>
- Título: “Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes“. Autor: Christian Salmon - Una útil guía sobre cómo aprender a narrar eficazmente.
- Título: “Guía de iniciación a Twitter para el sector público“. Autor: Dave Briggs - Guía destinada a los principiantes en Twitter de la administración pública, <http://www.ogov.eu/guia-de-iniciacion-a-twitter-para-el-sector-publico/>
- Título: “Manual del uso del blog en la empresa“. Autor: Alberto Ortiz de Zárate Tercero - Cómo prosperar en la sociedad de la conversación.
- Título: “The Facebook Era” .Autor: Clara Shih - Cómo usar la red social más poblada para encontrar nuevas oportunidades de negocio.
- Título:” Los nuevos influyentes ” Autor: Paul Gillin