



# ESIMAD **Escuela Interactiva** **MARKETING DIGITAL**

aula-formacion  
FORMACIÓN ESPECIALIZADA A DISTANCIA



## Curso de Iniciación a las Redes sociales y al Community manager

Destinado a cualquier persona que se quiera iniciar en las Redes Sociales y en el Social Media Marketing

**Cursos OnLine 100%**

TÉCNICOS, EXPERTOS Y MÁSTER

[www.cursos-communitymanager.es](http://www.cursos-communitymanager.es)  
[www.master-marketingonline.es](http://www.master-marketingonline.es)

Programas Certificados por  
Universidad Europea  
Miguel de Cervantes (UEMC)

**Tel. 902 300 247**



## PRESENTACIÓN

Esta profesión emergente, **Community Manager** (CM) o **Social Media Manager** (gestor de redes sociales), surge como una figura necesaria para las organizaciones y empresas que quieran desarrollar su marca o marcas en internet, consecuencia del paso del marketing 1.0. al marketing 2.0. o marketing digital, y de la aparición de las Redes sociales.

Así mismo, muchas de sus destrezas, habilidades y conocimientos son necesarios para formarse una personalidad propia en el entorno de la Web 2.0..

Es lo que se denomina la **creación de marca personal**.

## CERTIFICACIÓN

Para los alumnos que superen las pruebas de evaluación se emitirá Diploma emitido por la ESIMAD- Escuela Interactiva de Marketing Digital.



## [DESCRIPCIÓN]

### DESCRIPCIÓN

El curso se estructura en **tres partes** diferenciadas:

En la primera parte introductoria, **SOCIAL MEDIA**, se aborda el estado de situación actual de cómo internet y los medios o redes sociales han revolucionado la comunicación y la interrelación entre usuarios y empresas, así como los fundamentos que van a incidir en el desarrollo posterior de las estrategias de marketing de empresas y organizaciones. También se describe y analiza el uso de las redes sociales y la formación de Comunidades entorno a las principales plataformas sociales (Facebook, Twitter,.....). Así, muchos son los aspectos objeto de análisis y consideración, conocimientos necesarios para el buen aprovechamiento de las Redes Sociales, tanto en la creación de los perfiles como en su gestión posterior, para aprovechar todo su potencial.

En la segunda parte, **SOCIAL MEDIA MARKETING**, se incide en el desarrollo de las estrategias de marketing de empresas y organizaciones a través del uso de las Redes sociales (Social Media Plan), para conseguir crear y desarrollar marca en internet, a través de la comunicación con los usuarios de la comunidad. Las empresas que quieran hacer uso de las Redes sociales, además deben saber cómo sacar a las mismas el máximo aprovechamiento empresarial. La Red de Internet es un canal de comunicación a través del cual se puede atraer visitantes, público objetivo potencial para adquirir los productos, servicios e información corporativa o de atención al cliente o usuario que se ofrecen en las web corporativas y en las tiendas virtuales. Un instrumento para hacer llegar su marca a los potenciales usuarios, clientes o consumidores son las Redes Sociales.

En la tercera parte se presenta la figura del **COMMUNITY MANAGER**, como perfil profesional que se responsabiliza en las empresas de la gestión de las Redes sociales en beneficio del desarrollo de su negocio y de su mejora competitiva en internet. Así se describe su misión, finalidades, funciones, competencias, aptitudes, valores y, se describe de manera directa y práctica todos los pasos y consejos que un CM debe tener en cuenta en la realización las diferentes fases de su trabajo: creación de marca en internet; promoción de la marca y creación de Comunidad; mantenimiento de la marca y gestión de la reputación online; así como en el uso y utilización de diferentes herramientas necesarias para su trabajo de monitorización, escucha y conversación.

Por tanto, este curso en general trata de exponer y describir las claves en el uso de las Redes sociales para la consecución de estos objetivos empresariales en internet, facilitando modelos y estrategias a seguir por los CM en el desarrollo y promoción de sus marcas.

## [DESTINATARIOS - OBJETIVOS]

### OBJETIVOS

La **finalidad** última de este curso es que los alumnos adquieran las aptitudes, y competencias generales, organizativas y estratégicas para el desempeño profesional del perfil de *Community Manager* como responsable en las empresas y organizaciones de la gestión de las Redes Sociales y de sus comunidades.

Los alumnos obtendrán los siguientes resultados del aprendizaje:

- Obtener un conocimiento amplio del funcionamiento de los medios y Redes sociales
- Saber cómo obtener el máximo aprovechamiento a las Redes Sociales en beneficio de las marcas
- Entender las nuevas reglas y comprender el nuevo marketing 2.0. y el Social Media Marketing.
- Sabrán cuál es el papel del responsable de la gestión de las redes sociales y cuáles son todas sus competencias.
- Sabrán desarrollar y realizar cada una de sus competencias, en la creación de marca a través de internet y de las redes sociales, cómo crear comunidad entorno a la marca, cómo promocionar la marca en las redes sociales, y cómo mantenerla a través de la gestión de la reputación de marca online.
- Obtendrán un conocimiento amplio en la creación de la marca personal 2.0.

### DESTINATARIOS

En general está destinado a cualquier persona que se quiera iniciar en las Redes sociales y en el Social Media Marketing.

Este curso está especialmente dirigido a:

- Empresarios y emprendedores que quieran dirigir sus estrategias de marketing digital en las Redes sociales, y que quieran obtener una marca propia personal en la web 2.0.
- Cualquier persona con interés en crear y promocionar una marca personal en internet y/o iniciarse en el manejo de las Redes sociales.
- Futuros profesionales que quieran iniciarse y manejar las relaciones entre los usuarios de las redes sociales y las redes sociales de las empresas –community manager- de forma profesional.

# [PROGRAMA]

## PROGRAMA

### TEMA 1. SOCIAL MEDIA

#### Unidad 1. WEB 2.0 y Social Media

1. Evolución de la comunicación
2. De la web 1.0 a la web 2.0
  - 2.1. Evolución de la web
  - 2.2. La Web 1.0: el inicio
  - 2.3. La Web 2.0: un cambio de actitud
3. Las web 2.0 y las redes sociales
  - 3.1. Definiciones
  - 3.2. Tipos de Redes Sociales
  - 3.3. Las redes sociales en España

#### Unidad 2. El uso e influencia de los Social Media

1. Las Redes sociales en la actualidad
2. Influencia de los Social Media en la Sociedad
3. Cambios generados en las relaciones entre los usuarios en los Social Media
4. Cambios generados en las relaciones con las empresas en los Social Media
5. La privacidad de los usuarios en las redes sociales.
  - 5.1. Condiciones de uso de las redes sociales
  - 5.2. Condiciones de uso para usuarios
  - 5.3. Condiciones de uso para empresas
  - 5.4. Derecho al olvido

#### Unidad 3. Uso de las principales Redes Sociales.

1. Facebook
2. Tuenti
3. Twitter
4. LinkedIn
5. Youtube
6. Flickr
7. Slideshare
8. Fourquare y la geolocalización

### TEMA 2. SOCIAL MEDIA MARKETING

#### Unidad 1. Social Media Marketing

1. Los nuevos modelos de negocio basados en la web 2.0.
2. El Nuevo marketing, marketing online o digital
3. El Marketing en los medios sociales

#### Unidad 2. El uso eficaz de las redes sociales por parte de las empresas

1. Beneficios en el uso de las redes sociales
2. Pasos necesarios para iniciarnos en los Social Media
3. Interactividad con los clientes presentes y futuros: personas y contenidos
4. Publicitarnos en los medios sociales
5. La imagen de nuestra empresa y la reputación corporativa en la red
6. Su uso como medio de comunicación rápido y eficaz de información
7. Mejora del servicio y la competitividad
8. Evitar el mal uso de las redes sociales

# [PROGRAMA]

## Unidad 3. El uso de los Social Media en las estrategias de negocio de las empresas

1. Bases del Marketing en las Redes sociales
  - 1.1 Las 4 C del marketing 2.0.
  - 1.2. Entender las nuevas formas de publicidad
  - 1.3 Las 4 F del marketing 2.0.
  - 1.4. Estrategias de marketing en los medios sociales
    - 1.4.1. Plan estratégico en medios sociales
    - 1.4.2. Desarrollo de estrategias en los Social Media Marketing
2. Creación de comunidad con los usuarios en los medios sociales
  - 2.1. Comunicación en los medios sociales
  - 2.2. Construir las relaciones
  - 2.3. Crear comunidad
  - 2.4. Aportar valor al usuario
  - 2.5. Recibir feedback de los usuarios

## TEMA 3. COMMUNITY MANAGER

### Unidad 1. La Figura del Community Manager

1. Community manager: concepto e historia
2. El CM y la comunicación bidireccional
3. El papel del CM
4. Competencias generales
5. Perfil y formación del CM
  - 5.1. Cualificación y competencia técnicas
  - 5.2. Habilidades sociales y directivas
  - 5.3. Cualidades del Candidato
6. Organización del trabajo
7. Herramientas del CM
  - Herramientas de monitorización
  - Herramientas de productividad de redes sociales
  - Herramientas de análisis de datos, tendencias y de palabras clave
  - Herramientas de análisis web
  - Otras Herramientas útiles de apoyo, productividad y gestión de contenidos
8. Medición del ROI en las Redes Sociales
  - 8.1. Medición de la estrategia: ROI
  - 8.2. Medición de resultados y métricas
  - 8.3. Herramientas de medición y seguimiento en los Social Media

### Unidad 2. Aspectos Prácticos del trabajo del Community Manager: Realización Profesional para crear Marca

1. Hacer marketing en línea
  - 1.1. Las nuevas normas del marketing y de las relaciones públicas
  - 1.2. Editar contenidos
  - 1.3. Desarrollar contenido líder
  - 1.4. Distintas formas de contenido
  - 1.5. Cómo crear contenido interesante
2. Hacer Blogging
  - 2.1. Blog: contar su historia a millones de personas
  - 2.2. Cómo crear un Blog
  - 2.3. Publicar en su Blog
  - 2.4. Cómo promocionar su blog
  - 2.5. Promocione su marca con los Podcast

# [PROGRAMA]

3. Creación de perfiles en redes sociales
  - 3.1. Empiece con un avatar
  - 3.2. Describa un perfil
  - 3.3. Seleccionar redes sociales
  - 3.4. Desarrollo de una marca portátil
  - 3.5. Cómo usar Facebook
  - 3.6. Cómo usar Twitter

## **Unidad 3. Aspectos prácticos del trabajo del Community Manager: Realización profesional para dar a conocer la Marca y crear Comunidad**

1. El marketing viral y explosivo
  - 1.1. El marketing explosivo
  - 1.2. Las normas de divulgación
2. El papel de las relaciones públicas
  - 2.1. Planteamientos pasivos y proactivos
  - 2.2. La nota de prensa personal
  - 2.3. El dossier de prensa como herramienta de productividad
  - 2.4. El arte del correo electrónico
  - 2.5. Las nuevas reglas del compromiso
  - 2.6. Mantener buenas relaciones con los blogueros
3. Otras estrategias para promocionar la marca
  - 3.1. Colaborar con varios canales de comunicación
  - 3.2. Divulgar la marca: embajadores de marca
  - 3.3. Crear eventos

## **Unidad 4. Aspectos prácticos del trabajo del Community Manager: Realización profesional para mantener la Marca**

1. Gestión de la reputación online
  - 1.1. La vigilancia de la marca
  - 1.2. El efecto Google en la reputación online
  - 1.3. Control de daños en internet
    - 1.3.1. Importancia del SEO en la gestión de la reputación online
    - 1.3.2. La privacidad

## **Unidad 5. Casos Prácticos. Ejemplos de éxito en las Redes Sociales**

1. @taxioviedo
2. @ranchomadrid
3. @dell
4. @vodafone

## **GLOSARIO DE TÉRMINOS**

## METODOLOGÍA

**Metodología E-Learning. 100% Online.** Con acceso al aula virtual donde se dispone del material didáctico multimedia e interactivo y donde podrás acceder al equipo tutor que da soporte al curso.

Los tutores realizarán un seguimiento y resolverán dudas a través del Foro y/o a través de webmail de la plataforma.

## MATERIAL DIDACTICO

Este material didáctico, se pone a disposición del alumno a través del aula virtual o a distancia a través de CD Rom, donde además del contenido teórico práctico en formato multimedia e interactivo se encontrará con otro material complementario, videos, blogs y artículos, foro, y los test de evaluación.

## PROFESORADO

### Luis Tapia Aneas

Licenciado en Ciencias Empresariales.

MBA por el Instituto de Empresa (IE Business School).

Socio-director del grupo PM Consultores, y Project & Product Online Manager Marketing de Aulaformacion.

Ex-director de marketing de Centros Europeos de Empresas e Innovación CEEI Castilla y León.

### Juan Mogrovejo

Diplomado en Relaciones Laborales. Tutor e-learning.

Técnico-consultor responsable del área de seguridad de la información y protección de datos en Grupo PM Consultores.

Consultor del área de Social Media Marketing.

## [PRECIOS Y FINANCIACIÓN - DURACIÓN Y FECHAS]

### DURACIÓN Y FECHAS

**80 horas** (a realizar en 1 mes en el aula virtual)

**Convocatoria abierta durante todo el año.**

Acceso al curso de forma inmediata a la matriculación.

### PRECIOS Y FINANCIACIÓN

**95 Euros.** (sólo acceso a aula Virtual)

**Oferta especial: 130 euros** (incluye acceso al aula virtual + entrega de CD Rom al final del curso que incluye todo el material del curso).

**Formación Bonificable para empresas:** Curso 100% bonificable a través de la Fundación Tripartita. En este caso el precio se incrementa en **30 euros** por gastos de gestión. Para este caso ponerse en contacto con secretaría para realizar las gestiones.

## CONTACTO E INFORMACIÓN

**Más Información**  
¿Deseas obtener  
más información  
sobre los cursos?

Información, Matriculación y secretaria:

Tfno: **902 300 247**

Horario de 8:30 a 14:30 L-V; y de 16:30 a 19:30 L-J

(excepto horario de verano, solo de mañanas)

**Más Información**  
¿Quieres inscribirte?

## [[INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA]]

### INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA

La inscripción y matrícula, se acredita con el pago del precio de la matrícula

Puede realizar la [inscripción online y el pago de matrícula](#) a través de nuestro sistema de TPV virtual accediendo a ([pulsar aquí](#))

**Más Información**  
**¿Quieres inscribirte?**

**Más información: Matriculación y secretaria**

Tfno. **902 300 247**

correo electrónico secretaria: [gestion@aulaformacion.net](mailto:gestion@aulaformacion.net)



Luis Tapia Aneas. Director de Aulaformacion

«La mente que se ensancha con una nueva idea, nunca vuelve a su dimensión original.» (Alvin Moscow)

La **Escuela Interactiva de Marketing Digital (ESIMAD)** es una iniciativa de un grupo de profesionales del mundo de la Economía Digital en los ámbitos académico y empresarial, que tiene por misión la educación y el aprendizaje en nuevas profesiones emergentes en los ámbitos de la Gestión, de la innovación y el Marketing Digital.

Esta iniciativa está promovida por **AULAFORMACION como centro colaborador de la Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC)**, como empresa especializada en la impartición de formación a distancia a través de metodologías e-learning.

Apostamos por una formación actual, que llegue a todos los rincones, con técnicas de educación y aprendizaje basadas en las nuevas tecnologías, y que potencie el **desarrollo de un nuevo profesional** “nativo digital” en los valores de la cultura 2.0.; un desarrollo y progreso de un nuevo profesional que pueda crear y desarrollar su “propia marca personal”, y en el que adquiera un “nuevo estilo de trabajo” basado en la superación y el reto, en el logro de sus propios méritos personales y en el carácter emprendedor.

Todo ello un **entorno de trabajo digital**, dónde cobra importancia la persona y los recursos humanos, dónde el máximo exponente es el **Equipo humano de formadores**, que con su conocimiento y experiencia profesional sabrán transmitir estos principios, valores y aptitudes, además de una experiencia basada en talento, conocimientos y hechos.

Para ello ofrecemos programas adecuados para los nuevos profesionales de la Sociedad Digital en los diferentes ámbitos de la gestión y del marketing.

Así con la garantía y el apoyo de la Universidad se ofrecen **Programas formativos certificados** en cursos profesionales técnicos, de experto y de postgrado dirigidos a la formación integral de profesionales del Marketing en Internet, Community Manager, Online Marketing Manager, Social Media Manager, Social media Strategics, Online Reputation Manager, Online Product Manager,...

Además para facilitar al alumno una formación progresiva y escalable dentro de un itinerario formativo a la medida de sus necesidades, la Escuela y la Universidad han establecido un sistema de **Convalidaciones** por el cual se puede acumular en el tiempo diferentes programas formativos modulares conducentes a la obtención de un Título de Postgrado Universitario.



Escuela Interactiva  
**MARKETING DIGITAL**  
**ESIMAD**

**Cursos OnLine 100%**

**TÉCNICOS, EXPERTOS Y MÁSTER**

[www.cursos-communitymanager.es](http://www.cursos-communitymanager.es)  
[www.master-marketingonline.es](http://www.master-marketingonline.es)

Programas Certificados por  
Universidad Europea  
Miguel de Cervantes (UEMC)

**Tel. 902 300 247**

**Curso de Iniciación a las Redes sociales y al Community manager**



**aulaformacion**  
FORMACIÓN ESPECIALIZADA A DISTANCIA



**FORMACION**  
**OnLine**