

# Curso Community Manager.

## Objetivos del taller:

La web 2.0 ha traído una serie de cambios muy significativos en la forma en la que los consumidores se comportan, conocerlos o ignorarlos puede significar el éxito o el fracaso de nuestras acciones de marketing.

Este nuevo contexto en el que nos encontramos ahora mismo ha propiciado el nacimiento del consumidor social, un consumidor más inteligente e informado a la vez que desconfiado con las marcas, que no duda en interactuar con otros usuarios para recabar conocimiento (aprendizaje colectivo) y utilizar nuevos canales de información. Un contexto donde el usuario ha tomado las riendas del poder y con ello el marco y la forma de actuar de marcas y productos.

A su vez este es un entorno que se presenta como una oportunidad para todas aquellas empresas y personas que sepan adecuarse, en su forma y contenido, a esta nueva realidad, permitiendo llegar a nuevos consumidores para captarlos y fidelizarlos, siendo significativos con interesantes propuestas de valor.

## Contenidos del Taller:

- 1. Introducción a la Web 2.0**
  - De la Web 1.0 a la 2.0
  - Principales servicios de la Web 2.0
  - El consumidor social, la conciencia y la sabiduría colaborativa.
- 2. La figura del Community Manager.**
  - ¿Qué es un Community Manager? ¿Qué no es?
  - Tareas de un Community Manager.
  - Perfil del Community Manager.
  - Habilidades del Community Manager.
  - Las responsabilidades del Community Manager.
  - La importancia de la gestión y creación de contenidos.
- 3. El Social Media Plan.**
  1. El Social Media Plan.
  2. El éxito de un proyecto Social Media.
  3. Fracaso seguro en una campaña Social Media.
  4. Pensemos en SEO.
- 4. Redes Sociales y email Marketing.**
  - Twitter.
  - Facebook.
  - Youtube.
  - LinkedIn.
  - Instagram
  - Hootsuite.
- 5. Herramientas de contenido creativo.**
  - Imágenes.
  - Infografías.
  - Fuentes.
  - Etc.
- 6. Monitorización.**
  - Analítica y Herramientas de monitorización.

- Datos e información para la toma de decisiones.
7. **Reputación Online. Identidad digital y contenido 2.0**
- Identidad digital.
  - Reputación digital.
  - Gestión de crisis.

**Dirigido a:**

- Emprendedores.
- Trabajadores del departamento de marketing.
- Personas interesadas en el entorno digital y el marketing online.

**Horas: 20 horas.**

**Docente:** Alvaro Valladares Escutia. Consultor, docente y conferenciante de Analítica y Marketing Online. MBA. Máster de Marketing e Investigación de Mercados, Postgrado en Gestión de la Comunicación en Marketing,