

(COMM006PO) Gestión de comunidades virtuales



Área: Pack Comercio y marketing

Modalidad: Teleformación

Duración: 100 h

Precio: 750.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

 [Tienda online](#)

[Matricularme](#)

OBJETIVOS

- Adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar las funciones propias del perfil de Community Manager, utilizando las redes sociales, a partir del Plan de Marketing Digital definido.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Situar y valorar el papel de community manager en la empresa.
2. Entender la necesidad de profesionalización de la gestión de las comunicaciones 2.0 de la empresa con su entorno.
3. Familiarizarse con los medios que internet pone a disposición de los community manager para la gestión de las comunicaciones online.
4. Conocer el resto de funciones relacionadas con las redes sociales en una empresa y Distinguir las del rol del community manager.
5. Aproximarse a otras aplicaciones del trabajo del community manager.
6. Comprender los cambios que la web 2.0 introduce en la gestión del marketing y la comunicación.
7. Conocer las nuevas posibilidades de construcción de comunidades en línea que plantea el panorama 2.0.
8. Familiarizarse con las herramientas que las empresas tienen a su alcance a través de internet para asistir las tareas de comunicación y marketing 2.0.
9. Conocer la aplicación que se puede dar a las redes sociales en el entorno profesional.
10. Identificar los tipos de redes sociales y formas de calificarlas.
11. Ser consciente de los riesgos de utilizar profesionalmente las redes sociales.
12. Entender la importancia de las aplicaciones informáticas, su desarrollo y sus funcionalidades en el papel que las redes sociales desarrollan como agentes de comunicación.
13. Conocer el potencial que las redes sociales poseen como medio de obtención de información del comportamiento del consumidor por medio de herramientas de analítica web.
14. Conocer el resto de elementos que conforman el plan de comunicación 2.0.
15. Familiarizarse con las particularidades de la implicación legal de las redes sociales.
16. Tomar conciencia de la necesidad de la planificación estratégica, en general, y concretamente, en marketing digital.
17. Conocer el proceso o las fases de desarrollo de un plan de marketing digital.
18. Familiarizarse con las herramientas que el entorno digital ofrece a los profesionales para el desarrollo de dichas estrategias.
19. Aprender a seleccionar aquellos canales, medios y herramientas adecuados para implementar la estrategia de marketing digital de la empresa en cuestión.

EMAIL: info@mferrerconsultores.com

TELÉFONO: 635952170

<https://www.mferrerconsultores.com>



CONTENIDOS

1. Perfil del Community Manager.
2. Marketing y comunicación 2.0.
3. Uso profesional de las redes sociales (I). Plataformas.
4. Uso profesional de las redes sociales (II).
5. Plan de marketing digital.

MATERIALES

Toda la documentación necesaria para la realización del curso se encuentra en la plataforma de teleformación pero se entregarán documentación de ayuda y complementaria al alumno si el formador así lo requiere.

METODOLOGIA

La actividad tutorial será bidireccional, es decir, tanto el alumno se puede poner en contacto con el tutor para solventar dudas o dificultades como el tutor con el alumno para establecer un contacto directo con él, comprobar su nivel de progreso en el estudio, su grado de motivación y su situación personal en relación con su participación en la acción formativa.

Las características de la metodología de este tipo de acciones formativas son:

Total libertad de horarios para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.

En todo momento contará con un **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.

Hacer para aprender, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.

El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo test de autoevaluación.

Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

EMAIL: info@mferrerconsultores.com

TELÉFONO: 635952170

<https://www.mferrerconsultores.com>



Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.

No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.

Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.

Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.

32 Mbytes de RAM o superior.

CONTROLES APRENDIZAJE

Se llevará a cabo una **evaluación continua**, con el seguimiento a través de las tutorías que van haciendo los profesores, para comprobar si ha habido un aprovechamiento real del curso. Para ello, el alumnado deberá realizar todos los ejercicios que acompañan a los contenidos del curso (evaluaciones, autoevaluaciones, cuestionarios, ejercicios prácticos, etc.) para evaluar que van consiguiendo los contenidos adecuados.

De igual modo, se realizará una **evaluación final**, donde el alumno deberá de responder adecuadamente al examen de evaluación final que será corregido automáticamente una vez realizado.

Plazos de realización:

Evaluación continua: con objeto de garantizar el máximo aprovechamiento del curso, se recomienda al alumnado que entregue los ejercicios prácticos, autoevaluaciones, cuestionarios a lo largo del curso.

Evaluación final: se recomienda que se realice una vez finalizado todo el curso, es decir, el último día del mismo, para poder responder adecuadamente a las preguntas que se indiquen.

Evaluación continua: durante todos los días del curso.

Evaluación final: un día después de la finalización del curso.

EMAIL: info@mferrerconsultores.com

TELÉFONO: 635952170

<https://www.mferrerconsultores.com>