

“Las redes sociales llegaron para quedarse”

# Máster en Social Media y Community Manager

## 🎯 OBJETIVOS

Las redes sociales ya no son un nuevo canal de comunicación. A día de hoy se han convertido en una herramienta fundamental para llegar a nuestro público.

Con este Máster estarás completamente cualificado para crear una estrategia de comunicación 2.0, decidirás qué Redes Sociales serán las más adecuadas así como su utilización y su gestión. Además obtendrás conocimientos de posicionamiento y aprenderás cómo medir y controlar los resultados para un óptimo funcionamiento.

## 🎯 ¿CÓMO SERÁ TU DÍA A DÍA?

Puedes trabajar en una empresa, agencia de publicidad o por tu cuenta planificando las estrategias de las empresas en las diferentes redes sociales. El Social Media Planner tiene que estar al día de las novedades y últimas tendencias en la materia.

## 🎯 CULTURA DEL PORFOLIO

Trabajarás tu creatividad a través de talleres continuos que formarán parte de tu portfolio personal. Finalizarás la formación con un buen portfolio de trabajos para presentar en agencia.

En Área gestionamos 200h de prácticas en empresa para los alumnos y mantenemos también una bolsa de trabajo activa

## DURACIÓN Y HORARIO

De octubre a marzo 350h  
250h prácticas en empresas  
De lunes a viernes de 10,30 a 2

## Programa del curso

### 1. Internet y la comunicación 2.0

Web 2.0 y el impacto que ha generado en la sociedad  
La marca en la era de la conversación  
Los cambios que vienen: web 3.0.

### 2. Introducción a las redes sociales.

Qué es una red social.

Qué implica la presencia de una marca en el Social Media

### 3. e-Branding y gestión de reputación online.

La creación de la marca digital en el entorno online  
El e-Branding como un proceso abierto: open brands.  
Reputación online: cómo se crea y cómo se mantiene.

\*Workshop\*

Análisis de Branding y Reputación online de prestigiosas marcas.

### 4.1. Organigrama de un departamento social media.

#### Directivos:

Social Media Manager.

Social Media Strategist.

Agentes vinculados:

RRPP 2.0

Prensa 2.0

### 4.2. El Community Manager.

El rostro de la marca: quién es el Community Manager, diferentes tipos existentes.

Aptitudes técnicas, habilidades sociales y actitudes del Community Manager.

Funciones propias del Community Manager para dinamizar la comunidad virtual.

Hoja de ruta de actuaciones:

el día a día de un Community Manager.

\*Workshop\*

Análisis personal/profesional de aptitudes, actitudes y conocimientos de cada alumno para sacar el máximo rendimiento al master.

### 5. Estrategia y campaña social media.

Estrategia social media:

análisis de situación, definición de objetivos

selección de plataformas

calendario de lanzamiento

Campaña social media: construir una comunidad de principio a fin.

Etapas de una campaña social media.

\*Workshop\*

Selección de estrategia y campaña para prestigiosas marcas.

Selección de palabras clave para la vida social media de estas marcas.

### 6. Redes sociales. Cómo funcionan, para qué empresas están indicadas.

Conocimiento y funcionamiento de las principales redes sociales: blog, facebook, twitter, flickr, youTube y linkedin.

Contenidos 2.0 para entornos digitales: qué volcar en la red. Estrategias de posteo.

El contenido audiovisual en el entorno digital: marketing viral.

Cómo crear, gestionar y hacer crecer una comunidad

\*Workshop\*

Generación de una red social completa profesional que servirá como muestra de trabajos:

Blog personal.

Facebook de empresa para promocionar el blog.

Twitter de empresa para promocionar el blog.

Flickr y Youtube de empresa para promocionar el blog.

(en el caso de disponer de fotografías y videos propios).

Gráfica básica para Community Managers.

Photoshop: creación de cabeceras y fotos de perfil para redes sociales.

Illustrator: apertura y cambios básicos sobre vectores.

### 7. Gestión de crisis

Planificación previa.

Resolución y gestión de las crisis.

Actuación de los diferentes agentes implicados

\*Workshop\*

Revisión de casos prácticos, toma de decisiones frente a diferentes casos propuestos por el profesor.

### 8. Posicionamiento SEO - SEM.

SEO - Factores on-page

SEO - Factores off-page

Técnicas penalizadas

SEM

### 9. Analítica Web

Introducción a la analítica web.

Interpretación de datos.

Métricas para redes sociales.

### 10. Proyecto final: estrategia y campaña social media.

En el Ecuador del curso obtendremos un encargo de un cliente real: una campaña de social media y estrategia 2.0.

El alumno trabajará individualmente creando una estrategia completa, así como una campaña social media, tomando decisiones sobre las redes sociales más oportunas.