

Sílabo

Herramientas Profesionales para Community Manager

Especialista en Community Manager

(24 Horas)



I. DATOS ADMINISTRATIVOS

CURSO	Herramientas Profesionales para Community Manager
CÓDIGO	
HORAS	24 Horas (6 Teoría / 18 Practica)
REQUISITOS	Ninguno

II. INTRODUCCIÓN

La especialidad en Community Manager tiene como objetivo formar profesionales especialistas en la planificación estratégica y gestión de las redes sociales, así como la integración de la cultura 2.0 y de los medios sociales en las organizaciones con el fin de desarrollar la nueva Empresa.

III. LOGRO DEL CURSO

- ✓ Implantar las principales aplicaciones sociales de la Web en su empresa
- ✓ Aprovechar al máximo las herramientas y recursos del Social & New Media
- ✓ Gestionar el conocimiento en los ambientes sociales de aprendizaje
- ✓ Compartir y adquirir conocimiento en los EA y los PLEs
- ✓ Configurar a la perfección la figura del Community Manager: funciones y perfiles existentes

IV. METODOLOGÍA

El proceso de enseñanza – aprendizaje se basa en el aprendizaje según la experiencia. Busca motivar al estudiante a través de situaciones cercanas a la realidad y propiciar la reflexión para la resolución de problemas en los que se aplican de forma práctica los conocimientos adquiridos. El aprendizaje del curso se consolida con el desarrollo de un proyecto de investigación aplicada asesorado por el docente. Esta metodología contribuye a que el alumno sea protagonista de su aprendizaje individual y colaborativo mientras que el docente asume un rol de planificador, facilitador y guía, creando escenarios que permiten a los alumnos la adquisición de competencias profesionales

V. MEDIOS Y MATERIALES

En el desarrollo del curso se utilizan los siguientes medios y materiales:

Equipamiento	Material Educativo y Recursos Digitales
<ul style="list-style-type: none"> • Computadora personal (docente) • Proyector multimedia • Pizarra • Una PC por Alumno. 	<ul style="list-style-type: none"> • Guías de ejercicios.

VI. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD 1. Herramientas Social Media		Duración: 6 horas
<p>Logro de la Unidad de Aprendizaje</p> <p>1. Al término de la unidad, el alumno será capaz de entender de forma precisa la labor del CM y gestionar el contenido tomando en cuenta la herramienta Hootsmit</p>		
Capacidades	Conocimientos	
<p>1. Comprende la labor de una CM.</p> <p>2. Administra de forma eficiente la herramienta de Hootsmit.</p>	<p>Tema 1: La Figura del Community Manager</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La figura del CM. Perfil, funciones y responsabilidades ➤ El día a día de un CM ➤ Herramientas imprescindibles del CM ➤ Caso Práctico <p>Tema 2: Herramientas de gestión de contenido Hootsmit.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Añadir redes sociales, añadir pestañas, añadir columnas, navegar tu perfil de usuario, publicar mensajes, adjuntar imágenes y documento, programas mensajes, monitorizar columnas de búsqueda, programar mensajes, crear informes. 	

UNIDAD 2. Calidad en el servicio

Duración: 6 horas

Logro de la Unidad de Aprendizaje

Al término de la unidad, el alumno trabajar de forma eficiente y estratégica con la plataforma de publicidad de Facebook Ads.

Capacidades	Conocimientos
<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica los objetivos publicitarios de la plataforma de Facebook Ads. 2. Configura de manera eficiente cada uno de los objetivos. 3. Trabaja con la plataforma de Power Editor. 	<p>Tema 3: Facebook Ads.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cómo crear un anuncio de Facebook ➤ Cómo crear un anuncio de vídeo ➤ Tips de Facebook Ads para editar anuncios ➤ Guía para crear buenas campañas ➤ Cómo funciona el Power Editor ➤ Público personalizado ➤ Audiencia Lookalike ➤ Público guardado ➤ Cómo crear una campaña de anuncios para Facebook e Instagram ➤ Cómo crear reportes de resultados para tus anuncios a través del Power Editor ➤ Cómo diseñar una estrategia de publicidad en FB & IG ➤ Repaso a la plataforma de anuncios ➤ Cómo configurar tu cuenta de publicidad ➤ Cómo estructurar una campaña de Facebook Ads.

UNIDAD 3. Teoría- Cultura de servicio y marketing interno

Duración: 6 horas

Logro de la Unidad de Aprendizaje

Al término de la unidad, el alumno configura y administra de forma correcta la plataforma de Twitter Ads.

Capacidades	Conocimientos
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conoce y define los objetivos más empleados en la plataforma de Twitter Ads 2. Trabaja con las métricas en redes sociales para ser capaz de medir 	<p>Tema 4: Twitter Ads</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cómo crear un anuncio de Twitter. ➤ Cómo crear un anuncio de vídeo ➤ Tips de Twitter Ads para editar anuncios ➤ Guía para crear buenas campañas <p>Tema 5: Monitorización y Rentabilidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Online reputation management

resultados.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Métricas social media y cuadros de mando ➤ Rentabilidad y ROI ➤ Caso Práctico
-------------	---

UNIDAD 4. Teoría- Teoría- Retención de clientes

Duración: 6 horas

Logro de la Unidad de Aprendizaje

Al término de la unidad, el alumno trabajar de forma eficiente con redes sociales con alto contenido de imágenes y videos. Y será capaz de monitorizar.

Capacidades	Conocimientos
<p>1. Monitoriza de forma eficiente el trabajo en redes sociales que tengan alto contenido de imágenes.</p> <p>Evaluación: Evaluación de Laboratorio Evaluación Virtual</p>	<p>Tema 6: Redes sociales de imagen.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Instagram, Pinterest, Periscope y YouTube ➤ Estrategias y herramientas de vídeo marketing ➤ Imágenes y Canva. ➤ Caso Práctico

VII. EVALUACIÓN

La fórmula que se ingresa en el sistema es la siguiente:

$$PF = EL + EV / 2$$

Donde. - EL = Evaluación de Laboratorio

EV = Evaluación Virtual

Consideraciones. -

- La nota mínima aprobatoria es 13.