

# INENKA

BUSINESS SCHOOL

## MÁSTER COMMUNITY MANAGER Y SOCIAL MEDIA STRATEGY

CON CERTIFICACIÓN UNIVERSITARIA INTERNACIONAL + RECONOCIMIENTO DE 60 ECTS Y PRÁCTICAS GARANTIZADAS

INA061

[www.escuelainenka.com](http://www.escuelainenka.com)



Certificación universitaria internacional:



Escuela asociada a:



Reconocimiento de calidad:





## DESTINATARIOS

El **Máster Community Manager y Social Media Strategy** va dirigido a todas aquellas personas que deseen ampliar sus conocimientos acerca de la gestión de redes sociales y la elaboración de un plan de Social Media. A lo largo de la formación, el alumno estudiará la figura del Community Manager, aprendiendo las habilidades y aptitudes que debe desarrollar y las funciones y tareas del día a día. Una vez adquiridos estos conocimientos, el estudiante conocerá las estrategias de éxito a utilizar en las redes sociales, como el Crowdsourcing. Posteriormente, el temario profundizará en las distintas redes sociales, haciendo especial hincapié en las que tienen una finalidad más profesional, como el LinkedIn. Más tarde, el alumno estudiará el blog como herramienta de marketing para una empresa, así como el microblogging y las plataformas de vídeo. Por otro lado, el estudiante se formará en reputación online. En esta unidad, el estudiante conocerá la importancia de las opiniones en la red y aprenderá a monitorizarlas y a analizar los resultados. Al finalizar la formación, el alumno conocerá a la perfección elementos y herramientas como las Creative Commons, los KPI'S, el ROI o el Google Analytics.



## MODALIDAD

Puedes elegir entre:

- **A DISTANCIA:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu domicilio el pack formativo que consta de los manuales de estudio y del cuaderno de ejercicios.
- **ON LINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

Ambas modalidades incluyen **PRÁCTICAS GARANTIZADAS** en empresas. Mediante este proceso se suman las habilidades prácticas a los conceptos teóricos adquiridos en el curso. Las prácticas serán presenciales, de 3 meses aproximadamente, en una empresa cercana al domicilio del alumno.



## DURACIÓN

La duración del curso es de 1500h, reconocidas con 60 ECTS.



## IMPORTE

Importe Original: 3600€

**Importe Actual: 1800€**



## CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "MÁSTER COMMUNITY MANAGER Y SOCIAL MEDIA STRATEGY", de INENKA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

INENKA BUSINESS SCHOOL desde noviembre de 2016, y siguiendo su apuesta por la calidad, ha sido reconocida con el sello ICEEX de la excelencia y la calidad de la formación.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez de los contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

Junto al diploma, el alumno recibirá un Carné Acreditativo de la formación firmado y sellado por la escuela, válido para demostrar los contenidos adquiridos.

Además el alumno recibirá una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo-DQ con un reconocimiento de 60 ECTS.



## CONTENIDO FORMATIVO

### MODULO 1. COMMUNITY MANAGER

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

1. ¿Qué es un Community Manager y qué no es?
2. ¿Cuáles son las tareas de las que se encarga un Community Manager?
3. Habilidades, Aptitudes y Actitudes del Community Manager
4. El día a día de un Community Manager
5. Evaluación de las funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager
6. Definir las metas de un Community Manager
7. Tipos de Community Manager

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. CASOS DE ÉXITO

1. Estrategias de éxito en las redes
2. ¿Qué audiencia tienen las redes sociales?
3. Casos de afinidad entre marca y usuario
4. La marca aprende a través de la experiencia de usuario. Crowdsourcing
5. Marketing Viral

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. REDES SOCIALES

1. Evolución de las redes sociales
2. Haz una copia de seguridad de tus perfiles en Redes Sociales
3. Comprueba si tu estrategia de empresa en Redes Sociales es la adecuada
4. Los 10 errores más frecuentes en la Gestión de Redes Sociales: Qué no hacer

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. REDES SOCIALES PROFESIONALES

1. Qué pasos seguir a la hora de iniciar una campaña de marketing online
2. Las Redes Sociales aplicadas a pequeños negocios
3. Cómo utilizar LinkedIn para atraer negocio a tu empresa. Cómo contactar con potenciales clientes
  - Crear una página de empresa
  - Estrategias de Marketing en LinkedIn
  - Como encontrar clientes potenciales
4. Los elementos de una buena recomendación en LinkedIn
5. Otras Redes Sociales Profesionales. Xing

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. BLOGS

1. ¿Qué es un blog?
  - Autonomía de un blog
  - Características de los blogs
2. El blog como herramienta de marketing en la empresa
3. Cómo hacer un blog único y exitoso
4. Una propuesta concreta para implantar un blog corporativo (análisis estratégico)
5. Cómo dirigirse, contactar y captar la atención de un bloguero
6. Estrategias de crecimiento de un blog
  - Marketing de contenidos
  - SEO (Optimización para motores de búsqueda)
7. Plataformas de blogs: Livejournal, Blogger, WordPress, Technorati
  - Wordpress
  - Blogger
  - Livejournal
  - Technorati
8. Herramientas avanzadas de monitorización
9. Tipos de Blog
10. Conoce cómo proteger tu blog de Wordpress de posibles ataques

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. MICROBLOGGING

1. Twitter: lo bueno si es breve, 2 veces bueno
2. Herramientas para optimizar el uso de twitter
3. Como hacer crecer tú marca en twitter
  - Twitter Ads
  - Twitter Analytics
4. Otros sistemas de microblogging

### UNIDAD DIDÁCTICA 7. SINERGIA DE LAS REDES SOCIALES

1. Cómo conectar diversas redes para ahorrar tiempo y recursos: LinkedIn, Twitter, Facebook y blogs
  - Conectar Facebook con Twitter
  - Conectar Facebook con MSN
  - Conectar LinkedIn con Twitter
2. Diez reglas básicas para comunicarse con los usuarios de las Redes Sociales

### UNIDAD DIDÁCTICA 8. WIKIS Y WIKIPEDIA

1. La Wikipedia como fuente de información libre y universal
2. Definición de wiki

3. La incorporación de los wikis en el mundo empresarial

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING

1. Cómo la sindicación de contenidos beneficia al tráfico de nuestra página: los RSS
2. Qué es un Podcast y cómo utilizarlos
  - Origen
  - Contenidos de un podcast
  - ¿Cómo se escucha un podcast?
  - ¿Dónde se almacenan los podcast?
  - ¿Cómo utilizar el podcast para tu negocio por Internet?
3. Cómo redactar mejores post

## UNIDAD DIDÁCTICA 10. PLATAFORMAS DE VÍDEO

1. Cómo aprovechar al máximo las herramientas de YouTube
2. El posicionamiento en YouTube
3. Otras plataformas de vídeo

## UNIDAD DIDÁCTICA 11. PLATAFORMAS DE FOTOGRAFÍA

1. Cómo utilizar las plataformas de fotografía en beneficio para nuestra marca o producto
2. Flickr y Panoramio

## UNIDAD DIDÁCTICA 12. CÓMO ANIMAR UNA COMUNIDAD

1. Trucos para animar una Comunidad online
2. Estrategias de participación en Redes Sociales
3. La voz de la empresa o la marca

## UNIDAD DIDÁCTICA 13. LA RUMOROLOGÍA

1. Situaciones de crisis en la red: los hoax
2. Cómo atajar el problema
  - Cómo interpretar el gráfico de ciclo de vida de Crisis en Redes Sociales

## UNIDAD DIDÁCTICA 14. REPUTACIÓN ONLINE

1. Gestión de tu reputación online
2. Herramientas y consejos para monitorizar online
  - ¿Qué podemos medir en la monitorización?

- ¿Cómo podemos medir? Optimizar las herramientas disponibles
- Aprende a Monitorizar la reputación online de tu negocio

3. Branding digital ¿qué dicen de tu marca en Internet?

4. Creación de sistema de escucha/alertas

- Brandwatch
- Google Alerts
- HootSuite
- TweetReach
- Social Mention
- Google Analytics
- Mention
- Addictomatic
- HowSociable
- TweetDeck

5. Importancia de opiniones en la red

## UNIDAD DIDÁCTICA 15. LAS LICENCIAS EN LA RED

1. La propiedad intelectual en la red, en las redes sociales y en los blogs
  - Protección de la Propiedad Intelectual
  - Protección de los datos de carácter personal
  - Protección de la privacidad, honor, intimidad y propia imagen
  - Protección de los consumidores y usuarios
2. Licencias: Creative Commons
3. Valores de la Web 2.0 y normas de conducta básica

## UNIDAD DIDÁCTICA 16. CÓMO MEDIO Y EVALUAR LOS RESULTADOS EN BASE A INDICADORES CLAVE (KPI'S)

1. ¿Qué y cómo se puede medir?
2. Analítica Web
  - Análisis gratuito a tu Web para mejorar el SEO

## UNIDAD DIDÁCTICA 17. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LAS DIFERENTES COMUNIDADES

1. ¿Qué es una comunidad?
2. Factores clave en el desarrollo de una comunidad virtual
  - Estrategia 1: Soporte a la comunidad
  - Estrategia 2: Convertirse en el miembro de la comunidad

- Otros aspectos relevantes en el desarrollo de comunidades virtuales
3. Análisis de las principales comunidades: fines y herramientas
  4. Facebook - Guía de Facebook
    - Te ayudan a protegerte
    - Fomentar un comportamiento respetuoso
    - Proteger tu cuenta e información personal
    - Proteger tu propiedad intelectual
  5. Twitter - Guía de Twitter
    - Limitaciones del contenido y uso de Twitter
    - Comportamiento abusivo
    - Spam
  6. YouTube - Guía de YouTube

## UNIDAD DIDÁCTICA 18. FACTORES EN SOCIAL MEDIA

1. Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia
  - ¿Qué variables podemos tener en cuenta en nuestro Social Media?
2. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
3. Cómo crear un Social Media Plan para tu Negocio
4. Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas
5. Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6. Aprende a medir en términos cuantificables el ROI de una estrategia de Social Media
7. Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing
  - Cómo hacer correctamente un envío de Email
  - ¿Son rentables nuestras acciones de Email Marketing?

## MODULO 2. REDES SOCIALES 2.0 Y SOCIAL MEDIA STRATEGY

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA WEB 2.0

1. ¿Qué es la Web 2.0?
2. Nuevos conceptos de la Web 2.0
3. Web 2.0: Aplicaciones
4. Principales Ventajas de la Web 2.0
5. Web 3.0

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. WEB 2.0: PRINCIPALES APLICACIONES

1. Introducción

2. Elementos de la Web 2.0: Blogs, webs, wikis
3. Marcadores sociales
4. Aplicaciones tecnológicas para la comunicación y el desarrollo en línea
5. Alojamiento de archivos
6. Desarrollo del usuario 2.0

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. WEB 2.0 Y REDES SOCIALES DE HOY EN DÍA

1. Análisis de los usuario de Internet en España
2. Perfil de Usuario/a 2.0
3. Participación del usuario con la web 2.0
4. Usabilidad y accesibilidad
5. Web 2.0: Utilidades en Educación

### UNIDAD DIDÁCTICA 4 REDES SOCIALES: PRINCIPALES APLICACIONES

1. Orígenes de las redes sociales
2. ¿Qué son las redes sociales?
3. Principales conceptos de las redes sociales
4. Redes sociales: Servicios principales
5. Redes sociales: Importancia e impacto
6. Redes sociales como profesión
7. Redes sociales: Pros y contras

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. REDES SOCIALES: CLASIFICACIÓN

1. Tipos de redes sociales
2. Redes sociales dirigidas a un público genérico
3. Redes sociales orientadas a gustos e intereses

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. REDES SOCIALES MÓVILES

1. Los dispositivos móviles y las redes sociales
2. Clasificación de redes sociales móviles
3. Principales peligros de las redes sociales móviles

### UNIDAD DIDÁCTICA 7. REDES SOCIALES: RECOMENDACIONES DE USO

1. Principios de uso
2. Twitter: Principales consejos de uso
3. 2.2 ¿Qué es el Timeline?
4. Crear cuenta Twitter
5. Página de usuario
6. Twitter en negocios



## UNIDAD DIDÁCTICA 8. REDES SOCIALES: RESPONSABILIDADES LEGALES

1. Redes Sociales: Servicios prestados por internet
2. Protección de Datos de Carácter Personal
3. Seguridad en la Privacidad, Honor, Intimidación y Propia Imagen
4. Propiedad Intelectual
5. Consumidores y usuarios: Protección
6. Redes sociales: Incidencias Legales
7. Redes sociales: Colectivo vulnerable Menores e incapaces

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMMUNITY MANAGER

1. Definición de Community Manager
2. Community Manager: Tareas
3. Personalidad del Community Manager
4. Community Manager: el trabajo de cada día
5. Responsabilidades del Community Manager
6. Clasificación de Community Manager

## UNIDAD DIDÁCTICA 10. REDES SOCIALES: OPTIMIZACIÓN

1. Redes sociales : Promociones especiales
2. Cuidar la relación con tus fans
3. Elegir la red social ideal para tu empresa
4. Centrarse en las redes sociales ideales para nuestra marca
5. Obtener el máximo rendimiento a las redes sociales
6. Motivación de los usuarios

## UNIDAD DIDÁCTICA 11. IDENTIFICAR LA EFICACIA EN SOCIAL MEDIA

1. Características a tener en cuenta para medir la eficiencia en Social Media
2. ¿Cómo medir las conversiones en los Social Media?
3. Social Media Plan ideal para tu empresa
4. Principales usos de Social Media Marketing para potenciar nuestros ingresos
5. Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6. Principios básicos de medición del retorno de la inversión
7. Midiendo el retorno de inversión de una campaña de Mailing

## MÓDULO 3. VIDEOTUTORIALES COMMUNITY MANAGER

1. Alta Facebook
2. Alta Twitter
3. Creación y administración de cuenta en Wordpress
4. Conexión de cuentas
5. Wikipedia
6. Vídeos en Youtube
7. Social Mentions
8. Creative commons
9. Google Analytics
10. Guía Facebook

## MÓDULO 4. VIDEOTUTORIALES REDES SOCIALES

1. Internet y la web
2. Web 2.0
3. Blog
4. Redes sociales
5. El botón me gusta y perfiles de Facebook
6. Google +
7. Tweets, Timeline, Hashtag, Trending topics
8. Alta en LinkedIn