

## EXPERTO EN COMMUNITY MANAGER - 240 HORAS

### OBJETIVOS:

La misión principal del curso es ayudar a conseguir a los asistentes un conocimiento amplio, práctico y detallado sobre las oportunidades que ofrece el Social Media Marketing para instituciones, empresas y profesionales de todos los sectores.

Para esto, las sesiones constarán de clases y talleres que permitan su aplicación de forma profesional y práctica.

Los objetivos a conseguir son:

- Inculcar una cultura 2.0 en la organización y en las personas.
- Mejorar la comunicación y la generación de conocimiento colectivo, entre miembros de una misma organización.
- Interrelacionarse con otras entidades para generar conocimiento.
- Adaptarse a nuevos hábitos y tendencias del mercado.
- Mejorar la estrategia de comunicación, promoción y marketing.
- Conocer las claves y el manejo de las herramientas 2.0 a nuestro alcance.
- Conocer al nuevo consumidor.
- Gestión el cambio de una empresa offline al 2.0.
- Aumentar el retorno de la inversión en nuestras de marketing social.

### METODOLOGÍA:

El curso consta de 165 horas presenciales y 75 a distancia.

Partiendo de un **diagnóstico previo de los alumnos** y basándonos en una metodología experiencial, el desarrollo del curso será eminentemente **práctico** apoyando cada concepto con el estudio de casos reales, role-plays, dinámicas de apoyo conceptual, análisis de vídeos ó utilización de las distintas herramientas tecnológicas existentes en el mercado.

El **objetivo** es asegurar en todo momento la **comprensión y adquisición** de los conocimientos impartidos y para garantizar su aplicabilidad, se partirá siempre de un **diagnóstico previo del grado de conocimiento, experiencia y necesidades de cada alumno a 2 niveles:**

1.- Analizando casos reales de éxitos relacionados directamente con los sub-sectores en los que operan los participantes.

2.- Realizando análisis individualizado de los casos de cada participante, mostrando cómo realizar una autodiagnóstico y realizando una "hoja de ruta" de acciones a realizar para implementar los conocimientos adquiridos de forma directa e inmediata.

El curso irá apoyado con diapositivas en PowerPoint, con casos reales y material audiovisual de ejemplo.

### Medios didácticos:

.Presentación de powerpoint con casos reales y enlaces a sus recursos correspondientes.

.Explicaciones del profesor, adaptadas a los sectores y casos de cada asistente.

.Manual didáctico para que los alumnos puedan continuar y profundizar en su formación y aplicación práctica.

.Repositorio de contenido exclusivo donde los alumnos tienen a disposición material adicional, casos y bibliografía, donde pueden intercambiar dudas, opiniones, etc; así como grupos de discusión en redes sociales.

.Test de implementación. Nos permite evaluar el grado de utilidad y aplicación de los conocimientos y prácticas por parte del alumno.

A través de las clases complementarias a las charlas y coloquios que tendrán lugar en las sesiones se aporta un Saber Hacer para encaminar al entorno 2.0 de forma que al terminar el curso los asistentes tendrán conocimientos prácticos para emprender el cambio o evolución a los nuevos canales.

Las clases se complementan con sesiones prácticas, entre ellas talleres de Wordpress, MailChimp, etc.

Al finalizar el curso el alumno deberá entregar y superar el Proyecto final del curso tutorizado sobre un caso real en el que el alumno deberá poner en práctica lo aprendido y el manejo de las herramientas tratadas, que equivale a 75 horas a distancia.

### PARTICIPANTES:

Dirigido a Gerentes, directores, responsables del Marketing y Comunicación, Gabinetes de Prensa, Publicistas, Periodistas, autónomos, emprendedores y cualquier profesional del ámbito público o privado interesados en optimizar y especializarse profesionalmente en los nuevos canales sociales y la comunicación.

Dado el nivel de este curso y sus diferentes módulos, es necesario que los asistentes cuenten con un nivel inicial en el uso de las redes sociales.

### PROGRAMA:

#### 1. INTRODUCCIÓN A LOS MEDIOS SOCIALES PARA LOS NEGOCIOS

- Contexto y definición Web 2.0
- Los nuevos términos Los principios de la Web 2.0
- El poder de los medios sociales.
- Redes sociales versus comunidades virtuales.
- Quién es el nuevo consumidor.
- La evolución al modelo de gestión 2.0
- Casos de éxito y fracaso

#### 2. METODOLOGÍA DE PROYECTOS EN SOCIAL MEDIA Y CANALES SOCIALES.



## EXPERTO EN COMMUNITY MANAGER - 240 HORAS

- Claves de un proyecto en social media: planificar, analizar, definir, implantar, lanzar y crecer.
- Twitter.
- Facebook.
- Taller de vídeo y foto marketing (Youtube, Vimeo, Flickr).
- Taller de LinkedIn.
- Taller de Tuenti, Google +, Pinterest.
- Taller de Tumblr.
- Marca 2.0.
- Taller de Geomarketing.

### 3. EL PLAN DE MARKETING DIGITAL.

- Análisis de Situación.
- DAFO.
- Objetivos.
- Estrategias.
- ¿Quién es mi cliente?
- Cronograma.
- Presupuesto.
- Acción de medición y control.

### 4. OPTIMIZACIÓN DEL E-MAIL MARKETING

- Permission marketing
- Claves del e-mail marketing
- Técnicas para la optimización de las campañas de e-mail marketing
- Herramientas para la gestión de campañas de e-mail marketing
- Taller: MailChimp

### 5. SEO: POSICIONAMIENTO NATURAL EN BUSCADORES Y SEO SOCIAL.

- Definición de SEO y claves para mejorar el posicionamiento web.
- Mapa de los buscadores más utilizados. (buscadores vs redes sociales vs directorios).
- Cómo funcionan los buscadores.
- Técnicas SEO.
- Identificación y selección eficaz de las keywords. Herramientas.
- Taller SEO.

### 6. GESTIÓN DE PUBLICIDAD ONLINE: SEM, PPC, CPM,..

- ¿Qué es SEM?
- Plataformas de publicidad SEM: Google AdWords, Facebook Ads, etc.
- Tipos de anuncios SEM.
- Vocabulario y definición de estrategia SEM.

### 7. TALLER DE WORDPRESS.

- Introducción a Wordpress.
- Diseño Web con Wordpress.
- Instalación.
- Descubriendo el Escritorio.
- Apariencia: los menús y los temas.
- Plugin, Widgets, Usuarios y Herramientas.
- Ajustes generales.
- Práctica.

### 8. EL COMMUNITY MANAGER

- Perfil profesional del CM.
- Las claves: Errores y aciertos más comunes de un CM
- Paso a paso de un CM
- Los contenidos de valor.
- Tareas de un CM

### 9. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN 2.0.

- Empresa 2.0.
- Contexto.
- Herramientas: cómo sacarle partido, ventajas, implantación.
- Productividad 2.0.
- Definición de GTD. Conceptos básicos.
- Herramientas para mejorar la productividad.
- Gestión del tiempo.

### 10. SMO: OPTIMIZACIÓN DE REDES SOCIALES

- En qué consiste el SMO. Social media optimization.
- Claves del SMO.
- Mapa y clasificación de las redes sociales.
- Cómo seleccionar las redes sociales que nos son más rentables.
- Herramientas de un CM para el SMO
- Herramientas de gestión, multiposting y gestión integral de redes.

### 11. LEGAL MARKETING.

- La interacción.
- La privacidad.
- La impunidad.
- El Legal Marketing 2.0.
- Sujetos del Entorno 2.0.
- Entorno legislativo.
- LSSI y LOPD.
- Casos prácticos de aplicación.

### 12. TALLER DE ANÁLITICA WEB Y MONITORIZACIÓN EN SOCIAL MEDIA. TALLER DE MÉTRICAS EN SOCIAL MEDIA.

- Introducción a la Analítica.
- Definición, contexto, ecosistema de herramientas y metodología.
- Introducción a Google Analytics.
- Funcionamiento general, información clave de usuarios, objetivos, campañas y buscadores.
- Cuadro de mando e informes personalizados.
- Informes en tiempo real.
- Monitorización en Social Media: qué, quien, dónde, cómo, cuándo, para qué y para quién monitorizar.
- Herramientas de monitorización.

### 13. GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN Y CRISIS ONLINE.

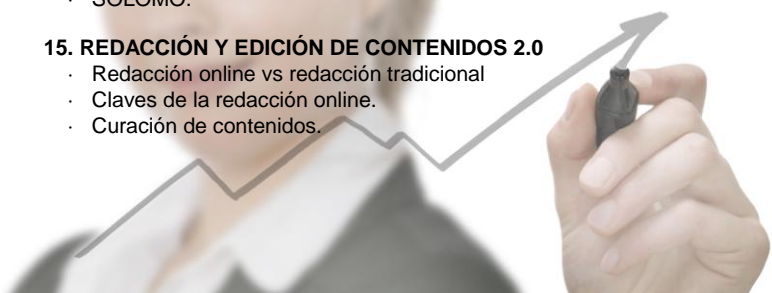
- Definición y claves.
- El plan de reputación on-line.
- Análisis y diagnóstico de la reputación on-line.
- Herramientas de monitorización y seguimiento.
- El mapa de targets.
- Estrategias de reputación on-line.
- Cómo reaccionar ante las oportunidades y amenazas de nuestra reputación on-line.
- El plan de crisis.

### 14. NUEVAS TENDENCIAS EN SOCIAL MEDIA.

- Social CRM.
- Marketing de experiencias.
- SOLOMO.

### 15. REDACCIÓN Y EDICIÓN DE CONTENIDOS 2.0

- Redacción online vs redacción tradicional
- Claves de la redacción online.
- Curación de contenidos.



## EXPERTO EN COMMUNITY MANAGER - 240 HORAS

- Comunicación vs conversar.
- Tipos de contenido.

### PROFESORADO:

#### JAVIER PÉREZ CARO

Consultor de Management, CEO de Nuevo Viernes – Nuevo Libro, profesor, formador, speaker, coordinador del The Monday Reading Club (club de lectura de marketing online). Director académico del curso.

<http://www.nuevoviernes-nuevolibro.es/>

<http://twitter.com/JavierPerezCaro>

#### DAVID SERRANO GUTIÉRREZ

Empresario, consultor y formador en Marketing Creativo y Marketing.2.0. Gerente de Es.cultura (Eventos+Comunicación), MKG 2.0. (Marketing on line), Andalucía Multimedia (Producciones creativas audiovisuales) y Eventos Solidarios (ONG que pone su creatividad a disposición de acciones solidarias). Premio Foro de empresas campus EUSA “Jóvenes Iniciativas empresariales”.

[www.mkg20.es](http://www.mkg20.es)

<http://twitter.com/davidserranoes>

#### JAVIER MERCHÁN CORREA

Licenciado en Dirección de Empresas de Turismo. Título certificado de SEO in Practice, por Professional Internet Marketer. Consultor y formador en MKG 2.0. Responsable del área Web, gestionando proyectos de Programación Web, implantación de Gestores de Contenidos, Analítica Web y Posicionamiento en Buscadores – SEO. Consultor especialista en diseño de páginas web, plataformas formativas y redes sociales con gestores de contenido Wordpress, Joomla, Community Builder, Drupal y Moodle. Ha diseñado más de 130 páginas webs en los últimos años y ha participado en el Programa de Consulting Lab de Andalucía Lab, para el rediseño de páginas webs de 10 empresas turísticas de Andalucía, siendo WEBTRAINER oficial de esta entidad.

[www.mkg20.es](http://www.mkg20.es)

<http://twitter.com/mkg20>

#### RAÚL DORADO GARRIDO

Licenciado en Psicopedagogía y Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas. Director de Comunicación, Consultor de Social Media Marketing. Emprendedor desde hace más de 10 años, los últimos cinco desarrollando proyectos en Internet. C.E.O Agencia de Marketing Segunda Planta Comunicación [www.segundaplanta.com](http://www.segundaplanta.com) (estrategias de Marketing online y off-line empresarial y Heavy user de los Social Media). Co-C.E.O. Chameleons Tools, Social Media Intelligence and Analytics [www.chameleontools.com](http://www.chameleontools.com) (herramienta para la medición y análisis de los Medios Sociales).

Organizador de Iniciador Sevilla, encuentro de Emprendedores para Emprendedores..

[www.iniciador.com](http://www.iniciador.com). Organizador de iWeekend

Sevilla I love Startups [www.iweekend.org](http://www.iweekend.org).

Organizador DIRCOM Laboratorio Ecommerce.

[www.laboratorioecommerce.com](http://www.laboratorioecommerce.com). Delegado de

Sevilla de AERCO Asociación Española de

Responsable de Comunidades Online.

<http://www.aercomunidad.org/>. Co Embajador XING

Sevilla. <https://www.xing.com/>.

[http://twitter.com/raul\\_sp](http://twitter.com/raul_sp)

#### FRANCISCO GIL JIMÉNEZ

Responsable de desarrollo de negocio, estrategia online y socio fundador de Synergia Soluciones (desarrollo de servicios y soluciones tecnológicas enfocadas al marketing relacional, promocional y online). Colaborador en The Monday Reading Club Cámara Sevilla.

<http://twitter.com/ingenio>

#### JOSÉ B. MORENO SUÁREZ

Consultor especialista en SEO, SEM, SMO y Analítica Web. Actualmente Responsable de Search Marketing y Análisis Web en QDQ Media y anteriormente Online Marketer en Interdigital y SEO Manager en Weblogs S.L.

<http://www.jbmoreno.es>

<http://twitter.com/jbmoreno>

#### JOAQUÍN PEÑA SILES

CEO en eMaCMAS. Profesor de Ingeniería de Software en la Universidad de Sevilla, especializado en “Empresa 2.0”, Cuadros de Mando 2.0, Gestión por procesos, Gestión del tiempo y Productividad 2.0.

[http://twitter.com/joaquin\\_pena](http://twitter.com/joaquin_pena)

#### CARLOS OJEDA SÁNCHEZ

Coordinación de proyectos y Responsable de Formación en Walnuters. Director-gerente en New Media Kaleidoscope, consultoría en redes sociales y tecnologías digitales. Asesor de empresas e instituciones en materias relacionadas con el diseño de proyectos de innovación y planificación estratégica, sistemáticas de marketing on-line y comunicación 2.0. Formador, analista y divulgador de nuevas tendencias organizativas y de gestión empresarial, asociadas a la Web 2.0 y los Social Media. Organizador de Tapas&Tweets, evento sobre Social Media y Marketing on-line.

<http://twitter.com/carlosojedat>

#### RAFAEL BENÍTEZ MORENO

Actualmente Docente de los grados de Publicidad y Periodismo de la Universidad de Sevilla en el Campus Universitario EUSA. Coordinador del Título Experto de Redes Sociales y Marketing Online. Responsable del área de consultoría en Walnuters. Licenciatura de Psicología y Grado de Marketing e Investigación de Mercados. Master DRHO ESIC y MGRH Instituto de estudios Cajasol..

[www.linkedin.com/in/rafaelbenitezmoreno](http://www.linkedin.com/in/rafaelbenitezmoreno)

[www.twitter.com/benitezrafa](http://www.twitter.com/benitezrafa)

[www.benitezrafa.walnuters.com](http://www.benitezrafa.walnuters.com)

#### EVARISTO NOGALES

Socio responsable del área de investigación 2.0 en Walnuters. Profesor invitado del master DIRCOMEI en Universidad de Sevilla. Socio Ameisin. Anterior Director General en Publigrupo, Comunicación y Marketing y CEO en Metromedia Technologies Ibérica.

[www.twitter.com/evaristonogales](http://www.twitter.com/evaristonogales)

[www.linkedin.com/in/evaristonogales](http://www.linkedin.com/in/evaristonogales)

#### JOSEBA LÓPEZ

Consultor especializado en marketing online y en comunicación política e institucional. Actualmente responsable de la comunicación online de la Consejería de Empleo. Anteriormente desempeñó esa responsabilidad en otras consejerías de la Junta

## EXPERTO EN COMMUNITY MANAGER - 240 HORAS

y fue delegado de una consultora de comunicación en Andalucía.

<http://www.hervellacomunicacion.com>  
<http://twitter.com/hervella>

### DANIEL ALCÁNTARA AGUILAR

Abogado en ejercicio desde 1995. Especializado en Legal Marketing, Internet y Compliance Policy Privacy, habiendo llevado la Asesoría Legal de importantes proyectos desarrollados en Internet, de algunas marcas importantes así como la Asesoría de grandes Agencias de Publicidad y Comunicación. Profesor de Legal 2.0 y ha impartido ponencias sobre Habilidades Directivas, Negociación, Liderazgo. Coaching.

<http://www.twitter.com/daalag>

### RICARDO PABÓN

Diplomado en Turismo por EUSA. Especializado en el área de innovación y productividad 2.0 en la empresa, actualmente coordinador área Social Media Marketing Cámara de Comercio de Sevilla – DAF y Campus Universitario EUSA. Emprendedor.

Startup megustatweet.com. Organización evento #SevillaSeMueve. Colaborador en el evento Tapas and Tweets.

<http://twitter.com/RicardoPabon>  
<http://ricardopabon.es/>

### FERNANDO MUÑOZ

Es SEO, especialista en posicionamiento en buscadores y proyectos de internet, con una gran base de Marketing Online; especialista en SEO para pymes. Socio fundador de Señor Muñoz Consultores y participa como ponente y formador en numerosas charlas y congresos de Marketing Online. Ingeniero Informático por la UAX y Master en Buscadores por la UPF, miembro de la SEMPO (Search Engine Marketing Professional Organization). Chiclanero asentado en la Costa del Sol está especializado en el sector turístico desde el origen de su carrera laboral. Fué socio de Professional Partners, empresa de marketing online que cuenta con oficinas en Madrid y Marbella.

<http://twitter.com/senormunoz>

### FERNANDO CLARO

Coolhunter empresarial y Embajador de marcas. Funciona como creativo y asesor a nivel de marketing, nuevas ideas e incorporación de nuevos recursos para actualizar negocios.

CEO y coordinador de <http://Mentirosas.es>, @mentirosas, Co-founder @pechakucha\_es, trabajando desde Weall Media - <http://facebook.com/weallmedia>.  
<http://twitter.com/ferclaro>

### DOLORES VELA

Estudios por la Universidad de Sevilla, ESIC y Masters y cursos en University of Oregon, USA, de Romance Languages y Marketing Profesora Invitada en la Universidad de Sevilla, Profesora en la University of Oregon, USA, Profesora de varios cursos Relacionados con Social Media, Community Management, Marketing Digital y Comunicación, Directora y CEO de la Revista Pueblo, USA, Planificación de Medios en Startups Actualmente es Dircom, Social Media Strategist y Content Manager en Startup, Directora de la Revista Digital Techpuncero

<http://www.socialmediacm.com>  
<http://twitter.com/doloresvela>

### SONIA CONTERO

Periodista y consultora especializada en comunicación empresarial y gestión de comunidades, Máster en Comunicación corporativa y Técnico Superior en Google Analytics.

<http://twitter.com/soniconp>

### PABLO FERNÁNDEZ MONIZ

Analista de Tecnologías de la Información Geográfica y de Geomarketing en Geographica Studio. Licenciado en Geografía por la Universidad de Las Palmas de G.C. Máster en Sistemas de Información Geográfica y Ordenación del Territorio por la Universidad de Sevilla. Experto en Community Manager. Técnico Superior en admin. de sistemas informáticos. Coordinador del curso.

<http://es.linkedin.com/in/pablofernandezmoniz>  
<http://twitter.com/MonizPablo>

## CARACTERÍSTICAS DEL CURSO:

El curso tendrá una duración de 240 horas lectivas de las cuales 165 h. presenciales y 75 h. a distancia, los viernes de 16:30 a 21:30 horas y sábados de 09:00 a 14:00, en el período comprendido del 9 de noviembre del 2012 al 22 de marzo del 2013.

De esta forma, los derechos de matrícula y participación en el curso importan **2.200 €**. En dicha cantidad están incluidos los costes del material docente que se entregará a lo largo del período lectivo. Consulte condiciones y facilidades de pago.

El DAF se reserva el derecho de anular la celebración del curso de no llegar a un mínimo de alumnos.

## DIPLOMA:

A los alumnos que demuestren aprovechamiento y asistan, al menos al 80% del período lectivo y presenten y superen el proyecto final, la Cámara de Comercio de Sevilla les otorgará el correspondiente DIPLOMA acreditativo de su participación en el curso.

**Este curso se puede bonificar de acuerdo con el sistema de Formación Continua a través de los boletines mensuales de cotización a la Seguridad Social.**

**Todos los trámites deben realizarse como máximo 7 días antes del inicio del curso.**

