Curso de Community Management

Trabaja en lo que te gusta

Presentación

Inicio del curso: 19 de octubre de 2015.

El éxito de las pasadas ediciones nos anima en la Fundación UNED a seguir apostando por un modelo de curso que busca democratizar la formación de calidad en Community Management a través de cuatro premisas fundamentales:

- **Metodología:** 100% online.
- **Precio:** 650 € (este curso posee descuentos y bonificaciones).
- **Duración:** 4 meses (19 de octubre de 2015 - 19 de febrero de 2016). **500 horas de formación certificadas.**
- **Garantía:** La Fundación UNED es un organismo de gran prestigio, en España y América Latina, gracias a su buena labor y tradición en la formación online y a distancia.

Información Académica

Tel. 91 169 70 97 (10-14h L-V)
noelia.gomez@cursocommunityfuned.com
http://www.cursocommunityfuned.com

Información Matrícula

Fundación UNED
Tel. 91 386 72 76
jdolera@fundacion.uned.es
http://www.fundacion.uned.es

La Fundación UNED desarrolla este curso Online para formar profesionales de Internet en el entorno del Community Management. Su finalidad es cubrir la necesidad que existe en el mercado laboral de un perfil profesional cada vez más consolidado: el Community Manager o Social Media Manager (Responsable de Comunidades Virtuales).

Un Community Manager es la persona encargada de gestionar, moderar y desarrollar comunidades en torno a una marca en Internet, haciendo uso de los nuevos canales de comunicación que representan los medios sociales.

Es fundamental que este profesional tenga unos conocimientos sólidos sobre el sector donde trabaja, marketing online, publicidad, comunicación; pero sobre todo debe conocer las tecnologías 2.0. y las posibilidades de las redes sociales, ser creativo, resolutivo, saber gestionar planes de marketing 2.0, dinamizar y trabajar en equipo.



En este curso estudiarás y pondrás en práctica las labores que desempeña esta figura, obteniendo una visión general y práctica sobre marketing online y una visión profunda de los medios sociales y sus posibilidades como herramienta de marketing. Aprenderás las tareas propias de este perfil: cómo y cuándo publicar contenidos, dónde, cómo moderar un foro, escribir correctamente un blog, gestionar una crisis en medios sociales, etc. Pero también aprenderás a crear una estrategia acorde a los objetivos de una empresa, ejecutarla, mantenerla y medir sus resultados. Es un curso teórico-práctico orientado a tu preparación como profesional.

La revolución que ha supuesto para las marcas y organizaciones la web social o 2.0. deriva en una necesidad cada vez mayor de integrar en su organigrama empresarial la figura del Community Manager.

A quién va dirigido

- ✓ Personas que quieren dedicarse profesionalmente al Community Management.
- ✓ Empresarios **responsables de Pymes y autónomos** que quieren adentrase en el Social Media con una sólida formación que les permita optimizar sus acciones.
- ✓ **Profesionales que buscan complementar su perfil profesional** con algunas de las competencias más demandadas en las tecnologías de la comunicación.
- ✓ Profesionales interesados en introducirse en las posibilidades de desarrollo de su imagen de marca en redes sociales.
- ✓ Titulados en **periodismo, comunicación audiovisual, sociología, ciencias políticas, arte, técnicos e informáticos**.
- ✓ Personas interesadas en el mundo de las Nuevas Tecnologías y entornos digitales.
- ✓ Y para todos aquellos usuarios de Redes Sociales que quieran hacer de su afición una profesión de futuro.

Objetivos

- Crear profesionales capaces de crear, desarrollar y mantener comunidades virtuales mediante la adquisición de los conocimientos teóricos necesarios y la elaboración y análisis de una serie de casos y actividades prácticas.

- Ser capaz de tener una visión clara sobre las Redes Sociales, sus aplicaciones, posibilidades y manejo para su aprovechamiento empresarial.

- Aprender a definir una estrategia a seguir para llevar a cabo eficazmente una campaña en Redes Sociales conociendo las herramientas, técnicas y métricas más importantes del Community Manager.

Precio

Matrícula de 650 €, precio final. Se establece un único pago.

Descuentos y Bonificaciones	Quién puede aplicarlo
Colectivos **520 €** **(20% de Descuento)**	• **Personas en situación de desempleo** (el alumno deberá enviar una copia escaneada del justificante de demanda de empleo en vigor, junto al comprobante de pago, a jdolera@fundacion.uned.es). • **Profesionales autónomos** (el alumno deberá enviar una copia escaneada del último pago a autónomos, junto al comprobante de pago, a jdolera@fundacion.uned.es) • **Alumnos y antiguos alumnos de la UNED y Fundación UNED** (el alumno deberá enviar una copia escaneada del título del curso realizado o una copia escaneada del pago de matrícula del curso que está realizando, junto al comprobante de pago, a jdolera@fundacion.uned.es). • **Personal UNED** (el alumno deberá enviar una copia escaneada del carné de empleado de la UNED, junto al comprobante de pago, a jdolera@fundacion.uned.es). • **Personas con discapacidad del 33% o superior** (el alumno deberá enviar una copia escaneada del certificado de discapacidad, junto al comprobante de pago, a jdolera@fundacion.uned.es).
Antiguos Alumnos **390 €** **(40% de Descuento)**	**Antiguos alumnos del Curso de Competencias Tecnológicas para Community Managers y del Curso de Marketing Online de la Fundación UNED.**
Trabajadores en Activo **650 €** **(100% Bonificable)**	Curso 100% bonificable a través de la Fundación Tripartita. El curso es abonado por la empresa, para su trabajador, mediante créditos formativos. Más información: bonificación@fundacion.uned.es (T. 91 509 85 03).

Titulación

Todos aquellos alumnos que superen el curso con éxito, recibirán el título de *"Curso en Community Management de la Fundación UNED"* que reconoce 500 horas de formación en la materia.

Qué es la Fundación UNED

La Fundación UNED junto con la UNED son los encargados de diseñar, promover y realizar todos aquellos estudios que son necesarios en pro del desarrollo científico, cultural, social, económico, de la investigación y de la formación profesional, tanto de la sociedad española como de aquellos países con los que mantiene relaciones de cooperación.

Para ampliar la información, visitar www.fundacion.uned.es.

Metodología

La metodología de este programa formativo es **Online**.



Los alumnos recibirán sus claves para acceder a la plataforma Online que servirá de soporte para descargar material docente, crear foros de debate, poder plantear dudas, interactuar con otros alumnos, colgar y/o descargar otros materiales relacionados con las materias abordadas a lo largo del curso, etc.

Además, se establecerán horarios de tutorías semanales para poder dar soporte a todas las demandas que tenga el alumnado.
Podrás vivir la experiencia del aprendizaje compartido donde los alumnos, los materiales pedagógicos y tecnológicos crean una sinergia de gran valor para el afianzamiento y ampliación del aprendizaje. Compartirás tus experiencias, problemas, resolverás y plantearás dudas a tus compañeros, siempre tutelado por profesionales expertos.

Modelo de Evaluación

Se trata de una evaluación continua de carácter fundamentalmente práctico:

Teórica

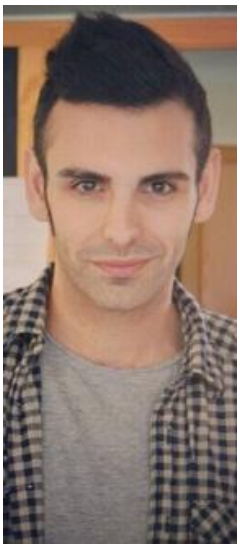
A lo largo del curso se aportan amplios conocimientos teóricos que se evalúan fundamentalmente en su aplicación práctica. Por ello, la evaluación puramente teórica constituye una pequeña parte de la evaluación.

Práctica

Se realizarán gran cantidad de casos prácticos y ejercicios. Especialmente se hará énfasis en una práctica consistente en la creación, mantenimiento y desarrollo de una comunidad virtual real con la que poner paulatinamente en práctica los conocimientos adquiridos durante el curso.

Profesorado

Hugo Gómez



- Formado en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad de Alicante. Actualmente trabaja como Social Media Manager & Creatividad en Friday, una agencia de comunicación online que fundó el año pasado. También es el creador de La Criatura Creativa, uno de los blogs más influyentes sobre publicidad en España.
    - http://lacriaturacreativa.com/

- Anteriormente ha trabajado en agencias de publicidad como Imaginarte Comunicación Creativa, Grupo Enfoca e Inicia Media y ha participado en varios proyectos en Internet y de formación.

- Su experiencia profesional siempre ha estado ligada a la comunicación online y la creatividad, en especial todo aquello relacionado con los medios sociales (planteamiento de estrategias, desarrollo de acciones creativas, gestión de comunidades) y generación de contenidos.



Carmen Figueiras



- Licenciada en Publicidad y RR.PP. por la Universidad Complutense de Madrid, Máster en Comunicación Corporativa y Publicitaria por la misma Universidad, y perteneciente a la primera promoción del Curso Superior en Redes Sociales de ICEMD-ESIC.

- En la actualidad trabaja como Social Media Strategist para la editorial Edelvives, Dimensión Nubaris y Fescinal. Anteriormente ha trabajado para clientes como Microsoft, Oracle, Pans & Company, Lego, Nintendo, Kodak D&AI, Brother, Greenpeace y AENOR, entre otros.

- Es especialista en diseño e implementación de estrategias integrales de comunicación, tanto 2.0 como offline, y tiene una amplia experiencia en ORM y comunicación de crisis. Además, es blogger en Infinitopuntocero, blog especializado en Marketing Digital, donde escribe sobre Comunicación 2.0.

Beltzane García Belart



- Licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y Posgrado en Community Management por la Online Business School, actualmente es Consultora Social Media y Comunicación online freelance.

- Anteriormente trabajó como Social Media Manager y Strategist para diversas agencias, entre las que cabe destacar iempresa y Original Community Manager (Grupo Reputación Corporativa).
- Ha elaborado la estrategia social media para clientes como Springfield, Hasbro, Mádara, Editorial Kailas, y ha gestionado la presencia en redes sociales y campañas de marcas como Fundación Hazlo posible, Fundación Mapfre, Bodegas Real, o Monopoly.

- Especialista en Social Media, Marketing de contenidos, Comunicación corporativa y Marketing Online.

Iluminada Vílchez



- Licenciada en Marketing, Publicidad y Sociología por la Universitat d'Alacant, actualmente es Directora de Marketing Online en Ediciones B (Grupo Zeta) y editora digital para B de Books.
- Anteriormente trabajó llevando cuentas para grandes agencias de comunicación tales como 'Globally 'y 'Be Republic'. Algunas de las cuentas que ha trabajado son Affinity Petcare, Fundación Affinity, TSNB, Biothecare Estetika y Media Market. Destacan sus estrategias 'La mujer de rojo' para Evax y 'Friend Boat' de Bacardi.
- Especialista de desarrollo de la comunicación en Redes Sociales, dinamizadora de eventos online y conceptualización, desarrollo y viralización de estrategias en Social Media. Coordinadora de foros y supervisora de contenidos en blogs y webs de tendencias, literatura y lifestyle.

Sebastián Rosas Stuardo



- Licenciado en ADE con especialización en Marketing Offline y Online en la Universidad Santa María / Universidad Metropolitana en Caracas. MBA en Dirección y gestión de empresas en la UTDT en Buenos Aires, y Postgrado en Brand Community Management en La Salle, Universitat Ramón Llull, Barcelona.
- Consultor de comunicación y marketing en diversos países como Estados Unidos, Venezuela, Argentina, Uruguay, Brasil, Perú y Chile con marcas como Basf, Möet & Chandon, Danone y PDVSA. Ha trabajado como Copy Creativo y Community Manager en agencias como the/wallkers, Enrenow, Frescota, BeRepublic, Xaga llevando la comunicación online, estrategia y monitorización de marcas como La Caixa, Áreas, Watx & Colors, Librería Laie, Casio, Font Vella, Nike, Escola Pia de Catalunya, Sones entre otras. Anteriormente ha sido Social Media Strategist de la revista online de tendencias PlayGround.
- Actualmente es Social Media Strategist freelance enfocado a proyectos culturales y educativos y colaborador en diversos medios musicales como Binaural. Co-creador y Content Curator en viniloBCN y socio emprendedor en Sonotek Bar, local afín a la cultura y música de Barcelona.

Esther Rosado



- Licenciada en Publicidad y RR.PP. por la Universidad Europea de Madrid, actualmente es Community Manager y Social Media Strategist freelance, llevando las cuentas de Johnson´s baby y Campo Viejo. Anteriormente ha gestionado las redes sociales de cuentas como Mercedes-Benz, Alfa Romeo, Custo Barcelona, Corporación Capilar, Instituto Médico Estético y La Cigüeña del Bebé.

- Especialista en planificación de estrategias de Social Media, redacción de contenidos, gestión de comunidades y blogger de creatividadenblanco.

Elsa Bonafonte



- Licenciada en Bellas Artes por la Universidad Complutense y en Periodismo por la Universidad Carlos III, también ha cursado dos postgrados relacionados con el mundo online, el master "Comunicación Corporativa e Institucional 2.0" de la Universidad de Alcalá y "Marketing Online y comercio electrónico" de la Universidad de Barcelona (Online Business School). Actualmente trabaja como CMO de BrandManic y MarvelCrowd, plataformas para la gestión de campañas de influencer, advocate y ambassador marketing.

- Anteriormente ha sido responsable de Marketing Online y Revenue Management de los productos de pago de Prisa Noticias (El País, AS, Cinco Días, etc.), ha sido Social Media Strategist de CasadelLibro.com, de Meta4, del festival de música, arte y pensamiento SOS48... Además de trabajar con marcas como Fundación Telefónica, Correos o Casio en la agencia Territorio Creativo.

- Especialista en Influencer Marketing, Marketing Online, Social Media, Mobile, Contenidos y Comunicación, es fundadora y blogger de MisApisPorTusCookies.Com y ALovelyMadness.Com.

Dovidena del Campo Cuevas



- Licenciada en Periodismo por la Universidad del País Vasco y Máster en Comunicación Digital Interactiva por la Universidad de Vic.
- Actualmente es Social Media Manager y consultora digital en la agencia Weber Shandwick, donde dedica la mayor parte de su tiempo a los perfiles en redes sociales y la estrategia digital de Motorola España. Anteriormente ha trabajado como Community Manager y Social Media Manager en Groupalia, 100 Montaditos y La Sureña.
- Además, ha gestionado redes sociales para marcas como Ausonia, Thiomucase, eInforma, GymForLess, Random House Mondadori o Aerored.
- Es especialista en Social Media, creación de contenidos digitales, marca personal, dinamización de comunidades online y es blogger en Socialmedialand.

Enrique Clemente Moneva



- Ingeniero Superior de Telecomunicaciones por la Universidad de Zaragoza y Mobile Expert by iAi.
- Socio fundador de Idento en 2006, actualmente es su Director de Operaciones, desempeñando también las funciones de consultor senior de Marketing Online.
- Experto en la gestión y dirección estratégica de campañas de marketing online, trabaja y supervisa grandes cuentas a diario. Con gran experiencia en SEO, SEM, Display, Publicidad en Medios Sociales y Analítica Web.
- Certificado como profesional en Google AdWords, Bing Ads y Google Analytics.
- Desde 2011 imparte formación en diversos cursos de Marketing Online en la Fundación UNED.

Juanma Colinas



- Licenciado en Periodismo por la Universidad Pontificia de Salamanca y experto universitario en Comunicación Corporativa por la Universidad Complutense de Madrid. Actualmente es Consultor independiente en Comunicación Digital, especializado en Medios Sociales, así como bloguero, autor de su propio blog personal "Plumilla berciano".

- Anteriormente fue responsable de Comunidades y Medios Online en Paradores de Turismo de España, donde se encargó de la estrategia y gestión en medios sociales y otros soportes digitales de la compañía. También trabajó como responsable de Comunicación y Medios Sociales de la agencia digital Agent Yellow, trabajando para clientes como Pepsi, Sony Pictures y OCB, entre otros.

- Especialista en el asesoramiento a empresas e instituciones en materia de Comunicación Digital, así como en la creación e implementación de estrategias de comunicación en medios digitales, dinamización en medios sociales y análisis y monitorización.

Mónica de Mena



- Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid, Master Europeo en Marketing Relacional, Directo e Interactivo en ESIC, Posgrado en Community Managemet por la Online Business School y Programa Profesional de Marketing Mobile y Publicidad por Kschool.

- Actualmente es Consultora de Marketing Digital y Community Manager freelance. Anteriormente trabajó como Social Media Strategist y Responsable de Producto Digital tanto para cliente final especializada en pymes y sector editorial, como para medianas y grandes agencias entre ellas Nurun, Loogic, Netthink, Neomedia Atípicos y Effective Talk.

- Especialista en la creación, desarrollo y medición de estrategias de marketing en Internet, medios sociales y mobile, desarrollo y dinamización de comunidades virtuales y Community Management.

Programa

1. Introducción al Marketing Online

A. Internet como Canal de Marketing

- Internet: un canal de comunicación masiva e interactiva.
- Marketing Online
- Herramientas de Marketing en Internet.

B. Fundamentos de Campañas de Marketing Online

- La Campaña de Marketing Online
- Modelos de pago (CPM, CPC, CPL, CPA)
- Estrategias de Campañas de Marketing Online
  - Branding
  - Generación de tráfico
  - Generación de oportunidades comerciales (*leads*)
  - Generación de ventas
  - Tasa de conversión
  - Factores determinantes de la estrategia a seguir
- Casos Prácticos.

2. Social Media Marketing

A. El nuevo paradigma de la comunicación

- El nuevo consumidor.
- Historia y evolución de los medios sociales.
- El usuario hiperconectado.
- La marca personal.

B. La figura del Community Manager

- El Community Manager.
- Nociones legales que el CM debe conocer.

C. Creación y gestión de contenido en medios sociales

- **Foros**
  - Administración de foros.
  - Reparto de tareas en el foro.
  - ¿Cómo animar a los usuarios de un foro a participar?

- El correcto funcionamiento del foro.

- **Los Blogs.**
  - Perfil del blogger.
  - Características del blog: estructura y tipos.
  - ¿Cómo fidelizar a la audiencia de tu blog?
  - Las empresas y la blogosfera.
  - Vídeo tutorial: Cómo escribir un buen post para un blog.

- **Cómo escribir para la web.**

- **Plataformas Generalistas, Profesionales y Microblogging**
  - Plataformas Generalistas
    - **Facebook**
      - Facebook como herramienta de marketing.
      - Buenas prácticas en Facebook.
      - Cómo gestionar las páginas de Facebook.
      - Concursos y Promociones.
      - ¿Cómo consigo seguidores para mi página?
      - Facebook Ads. Los anuncios de Facebook.
      - Vídeo tutorial: Cómo crear una fan page. Primeros pasos.
    - **Google Plus**
      - Google Plus como herramienta de marketing.
      - Páginas de empresa de Google+
      - Vídeo tutorial: Cómo crear una página de empresa en G+. Primeros pasos.
  - Redes Sociales Profesionales
    - **LinkedIn**
      - LinkedIn como herramienta de Marketing.
      - Optimización de LinkedIn: Perfiles, Grupos y Páginas de Empresa.
      - Vídeo tutorial: Cómo crear y gestionar un perfil personal en Linkedin
      - Vídeo tutorial: Cómo crear una página de empresa en Linkedin. Primeros pasos.

- **Microblogging**

  - ¿Qué es el microbblogging?
  - **Twitter**

    - Léxico y uso de Twitter.
    - Acortadores de URL.
    - Plataformas para subir imágenes.
    - ¿Para qué pueden usar las marcas Twitter?
    - Cómo introducir una marca en Twitter.
    - Buenas y malas prácticas en Twitter.
    - Webinar: Cómo crear un canal en Twitter. Primeros pasos.

  - Tumblr.

  - Yammer.

- **Geolocalización, curación de contenidos y otras plataformas**

  • Geolocalización y movilidad

  - **Foursquare y Swarm**

    - ¿Qué son Foursquare y Swarm? ¿Para qué y cómo se utilizan?
    - Foursquare como herramienta de Marketing.
    - Swarm como herramienta social.
    - Vídeo tutorial: Cómo crear una página de empresa en Foursquare.

  • Curación de contenido

  - Marcadores Sociales

    - Menéame.
    - Delicious.
    - Bitácoras.

  - **Pinterest**.

    - Tablón personal.
    - Tablón para empresas.
    - Analítica.
    - Vídeo tutorial: Cómo crear un tablón de empresa en Pinterest. Primeros pasos.

  • Otras plataformas

- Gamification.
- Aplicaciones móviles.
- Medios Sociales verticales.

- **Plataformas de vídeo, imagen y movilidad**

  - **Vídeo Social**

  - **YouTube**

    - Creación y edición de un canal.
    - Canales de marca
    - Cómo viralizar un vídeo.
    - Streaming en directo.
    - Publicidad en YouTube.

  - Dailymotion.
- Vimeo.
- Bambuser.
- Vine

  - **Imagen Social**

  - Flickr

    - Cómo usar Flickr.
    - Flickr para marcas
    - ¿Cuándo usar Flickr?

  - Instagram

    - Instagram para las marcas.
    - Guía de Instagram

D. Creación de la Identidad Social

- El Plan de Medios Sociales en la empresa

  - Diseño de un Plan de Social Media.
  - Punto de Partida. Análisis de la situación.
  - Definición de Objetivos.
  - Identificación del Público Objetivo y de los Medios donde estaremos.
  - Definición de la Estrategia a seguir en cada Medio.
  - Implicados en el Plan de Social Media.
  - Acción de Arranque.
  - Protocolo de contingencia en caso de crisis.
  - Periodicidad y parámetros de medición de resultados.

- Revisión del Plan de Social Media.

- Casos de estudio
- Story telling
- Vídeo tutoriales: 2 ejemplos de PSM

3. Community Management

A. Estadísticas de resultados y gestión de la reputación online.

- **Analítica en Medios Sociales**.
  - Objetivos.
  - Métricas y KPIs.
  - Monitorización de la reputación online.
  - ¿Por qué medir los resultados?
  - Herramientas de estadísticas de resultados.
  - Creación de informes.

- **Gestión de la reputación**.
  - Escucha activa.
  - Herramientas de monitorización.
  - Extracción de conclusiones.
  - Informe de reputación online
  - Gestión de la reputación

B. El día a día del Community Manager.

- El día a día del CM.
- New Business.
- Orientación profesional.
- Webinar sobre Hootsuite.
- Vídeo tutorial caso práctico sobre gestión de crisis.

4. Casos prácticos

- Los alumnos irán haciendo casos prácticos durante todo el curso.

- Especialmente se pondrá interés en la realización de un caso práctico consistente en la creación, mantenimiento y desarrollo de una comunidad virtual real o ficticia con la que poner paulatinamente en práctica los conocimientos adquiridos durante el curso.

Matrícula e Inscripción

Periodo de matriculación: hasta el 12 de octubre de 2015.

Duración del curso: del 19 de octubre de 2015 al 19 de febrero de 2016.

Inscripción:

Podrás formalizar tu matrícula vía telemática en la página web del curso www.cursocommunityfuned.com o bien en la página oficial de la Fundación UNED www.fundacion.uned.es.

Información Académica

Tel. 91 169 70 97 (10-14h L-V)
noelia.gomez@cursocommunityfuned.com
http://www.cursocommunityfuned.com

Información Matrícula

Fundación UNED
Tel. 91 386 72 76
jdolera@fundacion.uned.es
http://www.fundacion.uned.es



Añade a tu matrícula un curso de inglés

¿Sabías que al matricularte al Curso de Community Management puedes añadir a la matrícula un curso de inglés de la F. UNED a un precio especial?







Añade a la matrícula del Curso de Community Management un Curso Online de Inglés de la F. UNED de un año de duración por **solo 170 €.**

¿Cómo son los cursos?

Tienes toda la información detallada de los cursos de inglés en este enlace: http://www.cursosinglesfuned.com/

¿Cómo puedo hacerlo?

Si te interesa perfeccionar tu nivel de inglés podrás seleccionar esta opción en el proceso de matriculación del Curso de Community Management. Ambos cursos comenzarán el mismo día.