

---

**Curso: Community manager en la web 2.0 y redes sociales - Obra completa - 2 volúmenes**

**Horas:**

**Objetivos:**

Conocer una profesión de creación reciente que se está convirtiendo en una de las más solicitadas por las empresas que desean iniciar su implantación real en Internet. Aprender a utilizar las herramientas adecuadas para representar a una empresa en la red y para comunicarse con los usuarios de la web 2.0. Proporcionar los conocimientos y las herramientas necesarias sobre los nuevos cambios y aplicaciones 2.0. Conocer y aplicar las herramientas Web más utilizadas. Conocer las principales características y tipos de redes sociales, su uso, aplicaciones y sus riesgos. Analizar la importancia de las normas sociales en la red. Conocer las diferentes aplicaciones prácticas de la Web 2.0 y las redes sociales en el ámbito empresarial y formativo.

**Dirigido a:**

A personas interesadas en los nuevos modelos de comunicación social a través de las comunidades online y para los responsables de las empresas que se ocupan de la gestión de la comunicación corporativa.

**Capacita para:**

Para dominar la tecnología y herramientas que permitan obtener el máximo rendimiento de las redes sociales y comunidades online (Facebook, Twitter, LinkedIn, blogs, etc.)  
Para la creación de soportes de comunicación que permitan establecer un diálogo directo con nuestros clientes para dar respuesta a los problemas, aportaciones y demandas.  
Para la creación de una actitud proactiva que sepa anticiparse a posibles oscilaciones en la demanda del mercado.  
Para conseguir ampliar los modelos de negocio tradicionales y hacer que la red sea también un espacio productivo para la empresa.  
Para elaborar e implementar estrategias de participación y diálogo que formen parte de los planes de marketing y que se integren en la consecución de los objetivos.  
Para el conocimiento y la puesta en práctica de las principales herramientas 2.0 para crear y editar contenidos, publicarlos y difundirlos, recuperarlos y acceder a ellos; así como para adentrarse en el mundo de las redes sociales y conocer sus múltiples usos.

**Otros datos:**

## FICHA TÉCNICA

Este curso también está dirigido para interesados que se inicien en tareas relacionadas con la Web 2.0 y las redes sociales.

Con este material podrá aprender a utilizar las herramientas para poder trabajar de diferentes formas contenidos (vídeos, imágenes, documentos, etc.) a través de aplicaciones que ofrece la Web.

Este curso aborda, la aplicabilidad práctica de las redes sociales en el mundo empresarial y educativo.

Con esta acción formativa, los interesados serán capaces de identificar y analizar la situación ambiental de la empresa.

Este curso ofrece, además, múltiples referencias bibliográficas y electrónicas que, además de permitir facilitar la comprensión de los conocimientos también los amplían.

Contiene CD-ROM interactivo.

### **Contenido Formativo:**

#### **1. EL COMMUNITY MANAGER EN LA WEB 2.0**

#### **2. De la web corporativa a las redes sociales**

- 2.1. Introducción: Antecedentes históricos
- 2.2. Los Social Media
- 2.3. El Community Manager

#### **3. Cómo trabaja un Community Manager**

- 3.1. Introducción
- 3.2. Principios básicos del Community Manager
- 3.3. Tareas y habilidades del Community Manager
- 3.4. Planificación Estratégica

#### **4. Las herramientas del Community Manager en la Web 2.0**

- 4.1. Introducción
- 4.2. La publicación en blogs
- 4.3. La publicación de fotografías e imágenes
- 4.4. La publicación de presentaciones y otros textos
- 4.5. La publicación de vídeo y audio
- 4.6. Otras herramientas de publicación 2.0

#### **5. El Community Manager en las redes sociales**

- 5.1. Introducción
- 5.2. ¿Qué son las redes sociales?
- 5.3. Facebook y las redes sociales de amistad
- 5.4. Twitter y las redes de Microblogging
- 5.5. Otras Redes sociales

## FICHA TÉCNICA

### **6. La medición de resultados**

- 6.1. Introducción
- 6.2. Herramientas del Community Manager
- 6.3. La monitorización en Facebook y Twitter
- 6.4. Otros aspectos de la reputación On-line

### **7. Ética y valores en la Web 2.0**

- 7.1. Introducción
- 7.2. La Netiqueta
- 7.3. El nuevo tipo de consumidor en Internet

### **8. LA WEB 2.0 Y LAS REDES SOCIALES**

#### **9. Introducción a la web 2.0 y las redes sociales**

- 9.1. Introducción
- 9.2. Implicaciones y cambios sociales
- 9.3. Contextualización y un poco de historia
- 9.4. ¿Hacia dónde vamos?
- 9.5. Glosario 2.0

#### **10. Aplicaciones web 2.0**

- 10.1. Introducción
- 10.2. Características de la Web 2.0
- 10.3. Tipología de aplicaciones Web 2.0

#### **11. Redes sociales**

- 11.1. Introducción
- 11.2. Características y funciones de las redes sociales
- 11.3. Tipos de redes sociales
- 11.4. Revisión y utilización de algunas redes sociales
- 11.5. Redes sociales más utilizadas
- 11.6. Redes profesionales más utilizadas
- 11.7. Seguridad en las Redes Sociales
- 11.8. Análisis de algún caso práctico de éxito

#### **12. Consideraciones generales para escribir, participar, colaborar y publicar en la red**

- 12.1. Introducción
- 12.2. Las normas sociales en la red, ¿por qué se hacen necesarias?
- 12.3. Cómo Escribir en la web
- 12.4. Cómo realizar citas bibliográficas y electrónicas

#### **13. Implicaciones prácticas de la web 2.0 y las redes sociales en diferentes ámbitos**

- 13.1. Introducción
- 13.2. Implicaciones en el ámbito empresarial

## FICHA TÉCNICA

13.3. implicaciones en el ámbito educativo

### **14. Contenidos del CD:**

14.1. COMMUNITY MANAGER EN LA WEB 2.0:

14.2. CD-ROM interactivo que le ayudará mediante animaciones, actividades interactivas y ejercicios de autoevaluación a reforzar lo aprendido.

14.3. WEB 2.0 Y REDES SOCIALES:

14.4. CD-ROM interactivo que le ayudará mediante animaciones, actividades interactivas y ejercicios de autoevaluación a reforzar lo aprendido.