

Curso de Community Management

1.- Impacto empresarial de los medios sociales

- Análisis de la situación actual
 - La empresa en los medios sociales
 - Nueva definición de cultura corporativa
 - La influencia de los usuarios de internet en la reputación de nuestra marca
 - Cambios en la percepción de la marca
 - Ventajas de la presencia en medios sociales
 - Prevención de riesgos
 - Capacidad de respuesta
 - Contacto directo con prescriptores
 - Adaptación a la evolución de hábitos de los usuarios de internet
 - Cómo gestionar el cambio
 - Implicación de la dirección
 - El modelo híbrido
 - Cambios transversales
 - Los empleados
 - Áreas de aplicación de los medios sociales
 - Comunicación y relaciones públicas
 - Investigación
 - Desarrollo de negocio
 - Crowdsourcing
 - Recursos humanos
 - CRM
 - Marketing
 - Recursos humanos
 - Integración con departamentos ya existentes (comunicación, marketing)
 - Nuevos puestos
 - Social Media Strategist
 - Community Manager
 - Empleados híbridos
 - Departamento de contenidos
 - Social Community Hunter
-
- Gestión de equipos de medios sociales
 - Contratación externa (expertos en desarrollo web y programación)
 - El empleado como embajador ante el mundo 2.0

- Política de uso de los medios sociales en la empresa

2.- Estrategias y Tácticas

- Comunicar en medios sociales
- Plan de integración: comunicación tradicional y comunicación 2.0
- Definición de objetivos
- Cualitativos vs. cuantitativos
- Estrategia
- Las 4 áreas: contenidos, gestión de comunidad, tecnología e investigación
- El *storytelling*
- Monitorización formativa
- Selección de plataformas
- Generación de contenidos
- Creación de comunidad
- Búsqueda de participantes
- Dinamización
- Establecimiento de diálogos
- Investigación evaluativa
- Fórmula viral
- Errores comunes
- Nuevos canales y formatos comunicativos
- Sala de prensa participativa: social media newsroom
- Comunicado informativo (social media release)
- Rueda de prensa 2.0
- Blogs y bloggers
- Tipología de medios sociales
- Sindicación de contenidos: RSS y agregadores
- Blogging
- Microblogging
- Recursos audiovisuales
- Marcadores
- Comunidades y redes sociales
- Podcasting
- Wikis
- Integración de plataformas
- Otros (marcadores, geolocalización,...)
- Desarrollos tecnológicos
- Sites y microsites
- APIs, Mashups o aplicaciones híbridas
- Convergencia de redes (Facebook Connect)

3.- Analítica, Posicionamiento y Evaluación

- Análisis de reputación
- Auditorías
- Mapa de influencia social
- Analítica web
- Principios básicos
- Conversión
- SMO
- SEO
- SEM
- Evaluación en medios sociales
- Conceptos de medición: Población, Notoriedad, Influencia y Reputación.
- Técnicas de monitorización
- Foros
- Blogs
- Microblogs
- Comentarios
- Redes sociales
- Plataformas de pago
- Reporting
- Cualitativo
- Cuantitativo

4. Conclusiones

- Futuro de los medios sociales
- Casos de éxito