

OBJETIVOS**Objetivo General**

• 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.

Objetivos Específicos

- 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.

CONTENIDOS

- MÓDULO 1. Módulo 1. Introducción A La Web 2.0
- MÓDULO 2. Blogs Corporativos
- MÓDULO 3. Guía Para Crear Un Blog Corporativo
- MÓDULO 4. Oportunidades Y Desafíos De Los Social Media Para Las Empresas
- MÓDULO 5. Uso De Facebook Para Las Empresas - Parte 1
- MÓDULO 6. Uso De Facebook Para Las Empresas – Parte 2
- MÓDULO 7. Uso De Twitter Para Las Empresas – Parte 1
- MÓDULO 8. Uso De Twitter Para Las Empresas - Parte 2
- MÓDULO 9. Marcadores Sociales Y Agregadores De Noticias
- MÓDULO 10. La Figura Del Community Manager
- MÓDULO 11. Responsabilidades Y Tareas Del Community Manager
- MÓDULO 12. El Plan De Social Media

Otros Recursos Didácticos