

<b>DENOMINACIÓN:</b> <b>GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES</b>	
Pertenece a <b>Certificado de Profesionalidad</b> de: -	<b>Nivel:</b> -
<b>Duración:</b> <b>100 Horas</b>	Impartidas en: <b>Lunes a Viernes</b> <b>15:30 a 19:30 Horas</b>
<b>Fecha inicio:</b> 29 Junio 2020	<b>Número total de sesiones:</b> 25
<b>Fecha Finalización:</b> 31 Julio 2020	
<b>Ubicación de impartición:</b> Los Herrán 37, Bajo, Vitoria Gasteiz	<b>Sala(s):</b> SP01
<b>Modalidad:</b> Presencial	
<b>Coste:</b> SUBVENCIONADO  Por <b>entidad(es)</b> :	

**Objetivo:** Adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar las funciones propias del perfil de Community Manager, utilizando las redes sociales, a partir del Plan de Marketing Digital definido.

- Contenidos:**
1. PERFIL DELCOMMUNITY MANAGER
    - 1.1. Qué es un Community Manager. El día a día de un CM.
    - 1.2. El departamento de Social media: perfiles, objetivos, recursos.
    - 1.3. Marca Personal.
    - 1.4. Testimonios Community Managers.
  2. MARKETING & COMUNICACIÓN 2.0
    - 2.1. La Web 2.0 y Prosumidores 2.0. Qué son los Social Media y Comunicación 2.0.
    - 2.2. La Marca 2.0 y la reputación online.
    - 2.3. La Blogosfera.
    - 2.4. Long Tail, eCommerce 2.0 y eCRM.
    - 2.5. Cloud Computing.
    - 2.6. Crowdsourcing y Crowdfunding.
    - 2.7. Innovación en Comunicación y Marketing: Mundos aumentados, mundos virtuales, mundos espejo, mundo lifelogging, Inteligencia Artificial, Marketing.
    - 2.8. Inteligencia económica y Open Data.
    - 2.9. Marketing en buscadores.
    - 2.10. Marketing Viral.
    - 2.11. Mobile Marketing.

---

### 3. USO PROFESIONAL DE LAS REDES SOCIALES

#### 3.1. Plataformas.

- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- YouTube
- Tuenti
- Google+
- CV Digital Eficaz
- Pinterest
- Geoposicionamiento, enfoque práctico
- RSS/Podcasting
- Plataformas de juegos sociales
- Blogs: Wordpress. Demand Media

#### 3.2. El ecosistema de las Apps y el entorno multidispositivo.

#### 3.3. Métricas y ROI en redes sociales.

#### 3.4. Herramientas para controlar los Social Media y SMO.

#### 3.5. El Plan de Comunicación.

#### 3.6. Creación de contenidos para tu comunidad.

#### 3.7. Gestionar contenidos en un evento 2.0.

#### 3.8. Aspectos jurídicos de las Nuevas Tecnologías ilustrados con casos prácticos.

#### 3.9. Fidelización en redes sociales e Internet.

### 4. PLAN DE MARKETING DIGITAL

#### 4.1. Propuestas aplicadas a un Plan de Marketing

---

**Salidas Profesionales**  
asociadas a la Acción  
Formativa:

Community manager, social media manager, gestor de comunidades virtuales.

---

**Requisitos de acceso:**

En común para todos los participantes: Aportar DNI o NIE y cumplimentar con el centro compromiso de participación A2C.

Para los solicitantes trabajadores OCUPADOS: Aportar cabecera de nómina, o copia de la primera página del contrato o vida laboral.

Para los solicitantes trabajadores DESEMPLEADOS: Aportar DARDE actualizado y en vigor y certificado de empadronamiento en la provincia de Álava.

---

El número de **plazas máximas** para esta Acción Formativa estará limitado a:

15

---