



FORMACIÓN ESPECIALIZADA  
PARA USUARIOS DE ONGs

CURSO DE  
**Redes sociales y  
community management**



# PROGRAMA FORMATIVO

## Redes sociales y community management

<b>Familia profesional</b>	Marketing y comunicación
<b>Horas</b>	100 horas (adaptable al proyecto formativo)
<b>Modalidad</b>	Online

### Descripción

<b>Objetivos del curso</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> <li>- Comprender las principales funciones y responsabilidades del puesto de trabajo de community manager.</li> <li>- Identificar los elementos básicos del marketing y la comunicación 2.0.</li> <li>- Describir las posibilidades de las redes sociales para las empresas.</li> <li>- Desarrollar un plan de marketing digital.</li> </ul>
----------------------------	---

<b>Programa formativo</b>	Unidad 1. Perfil del community manager Qué es un community manager. El día a día de un CM El departamento de social media: perfiles, objetivos, recursos Marca personal Testimonios de community managers Unidad 2. Marketing & comunicación 2.0 La web 2.0 y prosumidores 2.0: Qué son los social media y la comunicación 2.0 La marca 2.0 y la reputación online La blogosfera Long tail, eCommerce 2.0 y eCRM Cloud computing Crowdsourcing y crowdfunding Innovación en comunicación y marketing: Mundos aumentados, mundos virtuales, mundos espejo, mundo lifelogging, inteligencia artificial, marketing Inteligencia económica y open data
---------------------------	---

Marketing en buscadores  
Marketing viral  
Mobile marketing  
Unidad 3. Uso profesional de las redes sociales  
Plataformas  
Facebook  
Twitter  
LinkedIn  
YouTube  
Instagram  
Google My Business  
CV digital eficaz  
Pinterest  
Geoposicionamiento, enfoque práctico  
RSS/Podcasting  
Plataformas de juegos sociales  
Blogs: WordPress. Demand Media  
El ecosistema de las apps y el entorno multidispositivo  
Métricas y ROI en redes sociales  
Herramientas para controlar los social media y SMO  
El plan de comunicación  
Creación de contenidos para tu comunidad  
Gestionar contenidos en un evento 2.0  
Aspectos jurídicos de las nuevas tecnologías ilustrados con casos prácticos  
Fidelización en redes sociales e internet  
Unidad 4. Plan de marketing digital  
Propuestas aplicadas a un plan de marketing digital  
Resultados de un plan de marketing digital

## Ventajas de realizar la formación con Audiolís

### Experiencia

Más de 35 años de experiencia en mejorar el nivel de empleabilidad a través de acciones formativas de cualificación profesional.

### Firme compromiso

Experiencia específica en el desarrollo de proyectos de inserción laboral con personas en situación de exclusión social.

### Calidad docente

Docentes con contrastada y amplia experiencia en las temáticas que tutorizan, tanto en conceptos teóricos como prácticos.

### Metodología integradora

Metodología de enseñanza-aprendizaje adaptada a las necesidades concretas de personas en situación de exclusión social, refugiadas, apátridas o migrantes.

### Confianza

Proveedor habitual de servicios de formación para entidades sin ánimo de lucro.

### Mercado laboral

Adaptación de todas nuestras acciones formativas a la demanda del mercado laboral.

## Adaptamos la formación a tus necesidades



### El usuario en el centro

Somos sensibles con sus circunstancias personales creando un entorno agradable y cercano para su formación.



### Tecnología

Disponemos de la última tecnología para facilitar el aprendizaje, independientemente de su nivel de estudios y competencia digital.



### Máxima personalización

Totalmente flexibles en duración, programación formativa, lugar de impartición y modalidad de las acciones formativas