1/1 Scool™

CURSO_
Social Media Strategist

CURSO_
Social Media Strategist

PROGRAMA_

El departamento de Social Media

- Perfiles en social media: El Social Media Strategist y el Community Manager.
- Social Media Strategist: ¿Qué es?, funciones, habilidades...
- Community Manager: Qué es, diferentes perfiles, funciones y recomendaciones.
- Organización del departamento: Cómo y por qué organizarse. Organigramas y ejemplos.

Cómo diseñar una estrategia en Redes Sociales

- Pasos a seguir en la definición y ejecución de una estrategia en Redes Sociales.
- Cómo fijar y medir los objetivos.
- Qué es un KPI y cómo determina el éxito de tu acción.

Cómo digitalizar una marca: Caso Germinal, Laboratorios Alter

- Inmersión de Germinal en el mundo digital
- Creación de canales propios.
- Relación con las usuarias y la generación de partners a través de las redes sociales.
- Importancia de la integración de las acciones digitales y offline con ejemplos prácticos.

Gestión de un proyecto en Redes Sociales

- El Briefing y el contrabriefing.
- Qué es un funcional y su importancia.
- Los procesos de un proyecto en Redes Sociales.
- Gestión eficaz de un proyecto.
- Integración con el resto de canales y acciones de la marca.
- Calendario y Timings.
- Medición, reacción y learnings

Redes Sociales

- Evolución de las Redes Sociales.
- Estudio sobre los hábitos de uso de las redes entre los internautas españoles. Audiencia.
- Cómo difundir una idea a través de Facebook. Pasos.
- Principios fundamentales en estrategias de Marketing en Facebook.
- Estrategias en Facebook por objetivos.
- Los tipos de páginas en Facebook. Casos de éxito.
- Tuenti y el público joven. Casos de éxito.
- Google + y las marcas. Por qué tener presencia en Google +. Casos de éxito.
- La presencia de marca en LinkedIn.

Formatos publicitarios en Redes Sociales

- Gestión eficaz de una campaña de Facebook Ads.
- Los eventos patrocinados de Tuenti. Formatos publicitarios en Tuenti.
- Formatos publicitarios en otras Redes Sociales: Twitter, LinkedIn, Spotify y YouTube.
- Creatividades eficaces.

Blogs

- Importancia de los bloggers en una campaña de comunicación.
- Campañas de éxito que recurren a bloggers.
- Plataformas de blogs: Blogger y WordPress.
- Evaluación cualitativa y cuantitativa de la opinón de los usuarios.
- Los blogs y foros más importantes de España y de cada target.
- Crowdsourcing. Propuestas que aprovechan la inteligencia colectiva de los bloggers.

El micro-blogging

- Twitter en España.
- Por qué usar Twitter en una estrategia de marca.
- Herramientas para optimizar el uso de Twitter. Qué medir.
- Otros sistemas de microblogging.

Plataformas de vídeo

- El video como una pieza más de la conversación.
- Campañas de éxito en YouTube.
- El posicionamiento en YouTube.
- Otras plataformas de vídeo.

Geoposiciona-miento

- ¿Qué benificios tiene para la empresa la geolocalización?
- Datos de Tecnología Movil en España.
- Usos de la Geolocalización en marcas: Foursquare, Google Places, Facebook Places.

Animación de Comunidades

- Trucos para animar una comunidad online. MondoPelocho y Germinal.
- Estrategias de participación en Redes Sociales.
- La voz de la empresa o la marca.

Eventos para bloggers

- Organización de eventos para bloggers.
- Convocatoria.
- Selección de Bloggers.
- Presentación.
- Feedback y seguimiento.

Monitorización y rumorología

- La importancia de opinión de los internautas: técnicas para seguir sus pasos y monitorización de tendencias.
- Herramientas avanzadas de monitorización. Meltwater.
- Situaciones de crisis en la red. Gabinete de crisis 2.0. Resolución de crisis.

El Retorno de la Inversión en Redes Sociales

- Qué es el ROI. Métricas para calcularlo.
- Argumentos para defender interna o externamente una partida para Social Media.

Principios básicos sobre Derecho en Redes Sociales

- Propiedad Intelectual. Licencias Creative Commons VS Copyright.
- Normas y promociones en Facebook.
- Valores de la web 2.0 y normas de conducta básica.

El día a día

- El día a día de una marca en Social Media.

Bibliografía y recursos

- Una vez finalizado el curso, los alumnos son invitados a un grupo privado en Facebook donde podrán ponerse en contacto con los profesores para resolver las dudas que les puedan surgir, y donde podrán informarse y debatir sobre las novedades que se producen en los Social Media.

DURACIÓN Y HORARIO_

- Durante **3 intensos días** te ayudaremos a convertirte en un buen Community Manager. El horario es de **10:00 a 18:30 hrs.**

TALLER DE INICIACIÓN_

- 101 ofrece un taller de iniciación a los que aún no han sacado sus alas del cascarón: No hay polluelo que nazca sabiendo volar, por eso, al inscribirte al SMS recibirás un cuestionario para evaluar tus conocimientos y valorar si sería recomendable que asistieses o no. El taller se desarrollará el día previo al inicio del curso SMS, 5 horas en horario de 9:30 a 14:30 hrs que te servirán para tomar contacto y trastear en redes sociales. De esta manera, conseguiremos que todos los alumnos alcen su vuelo desde la misma altura.

PRECIO_

- Precio 900 € (iva no incluído)

- Precio con Taller Práctico: 1.200 € (iva no incluído)

- Puedes beneficiarte de las bonificaciones de la Fundación Tripartita para la Formación en Empleo- FTFE, nuestros cursos cumplen con el mínimo de horas exigido y además proporcionamos toda la documentación necesaria para que el mismo sea bonificable.

CONTACTO_

- Si quieres más información puedes contactar con **Edurne de Achurra:**
  edurne.deachurra@101.es
  91 345 37 00
  101.es/formacion