

PROFESORADO:

D. Antonio García Sánchez. Director Académico del Master Community Manager.

Doctor en Economía, Master en Economía por la London School of Economics, Decano de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Politécnica de Cartagena, Profesor Titular de Universidad en Análisis Económico. Autor de numerosas publicaciones en revistas científicas y autor de varios libros sobre análisis económico.

D. Francisco Viudes Fernández.

Licenciado en Económicas. MBA. Gestión Dirección de Empresas en Escuela Europea de Negocios. Estudios en Informática de Gestión y Marketing por la UOC. CEO Gentyo Europa, S.L.

Dª. Cristina Alcázar Cáceres.

Licenciada en Investigación y Técnicas de Mercado. Master en Marketing ESIC. Consultora Marketing Online.

D. Alberto Inglés.

Licenciado en Empresa y Master MBA. Experto en implantación de redes sociales en Pymes. Dirección de Hotel Entremares.

D. Francisco Perán Albarracín.

Diplomado Universitario en Turismo. Master Experto Atención Juvenil Universidad de Salamanca. Vocal Junta Directiva AJE y CECLOR. Gerente de Inicativas el Gigante y Mediacole, S.L.

D. Alejandro Ordás Gómez De Segura.

Master en Dirección y Administración de Empresas, MBA, Universidad Politécnica de Cartagena. Dirección Territorial CESSER Informática y Organización.

ORGANIZADO E IMPARTIDO POR



Lugar de Impartición:

Cámara de Comercio de Cartagena

Muelle Alfonso XII s /n. CP 30201 Cartagena

INFORMACIÓN Y MATRÍCULA:

Para tramitar su matrícula puede ponerse en contacto con nuestro Departamento de Administración y Atención al Cliente:



902 929 054 información@amycaformacion.com

INFORMACIÓN DIRIGIDA A EMPRESAS Y TRABAJADORES EN ACTIVO:

AMYCA Escuela de Negocios desarrolla su acción formativa a través del Subsistema de Formación Profesional para el Empleo, el cual impulsa y extiende entre las empresas y sus trabajadores una formación que responda a sus necesidades y expectativas formativas y profesionales. De esta forma los trabajadores acceden de forma total o parcial a la bonificación de los costes en concepto de formación con la que mejorar su cualificación. Las empresas tienen a su disposición un crédito anual, para la formación de sus empleados, cuya gestión puede solicitarnos de forma totalmente gratuita.



Puede consultar y ampliar su información a través de la página habilitada por la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo www.fundaciontripartita.org o bien a través de nuestro Departamento de Administración al Cliente, en el cual contamos con personal especializado en este área al cual puede acceder de forma totalmente gratuita vía e mail



MASTER COMMUNITY MANAGER

MASTER EN GESTIÓN SOCIAL MEDIA EN LA EMPRESA

PROGRAMA



PROMOCION
2012



MASTER COMMUNITY MANAGER

La actual situación económica ha demostrado que los medios y modos de comunicación con nuestros clientes han cambiado sustancialmente, antes con solo realizar un publicidad unidireccional era suficiente para conseguir los objetivos de ventas.

Los consumidores disponen de herramientas de comunicación multidireccional donde las empresas deben estar presentes para poder compartir con ellos sus emociones y si aporte a la sociedad. Estas nuevas formas de comunicación precisa de profesionales que conozcan los nuevos medios de marketing digital y convertirse en Community Manager.

Presentamos un Master pensado en el nuevo entorno de comunicación empresarial. Los community manager se comunicarán directamente con sus usuarios y sabrán que se dice de ellos en la red. Nuevas tendencias para este nuevo Master.

OBJETIVOS:

Pretende formar a técnicos y directivos de marketing y publicidad en el uso de las nuevas técnicas de comunicación y las nuevas herramientas que los propios consumidores están utilizando, estamos hablando de web 2.0 y redes sociales.

PERFIL DEL ALUMNO:

Técnicos y directivos de marketing y publicidad.

COMPETENCIAS ADQUIRIDAS:

El alumnado finalizará el programa de Master adquiriendo las capacidades requeridas para la dirección de un departamento de comunicación y marketing digital de empresa o bien establecerse como Community Manager autónomo.

METODOLOGÍA:

Programa planificado para su desarrollo en la modalidad semipresencial, mediante el apoyo on line al alumnado a través de nuestra plataforma e-learning "campus amyca".

- ⇒ Carga lectiva presencial: 100 horas.
- ⇒ Carga lectiva distancia / on line: 400 horas.
- ⇒ Carga lectiva práctica (TFM): 100 horas.
- ⇒ DURACIÓN TOTAL DE MASTER: 600 horas.

Inicio 24/02/2012 . Fin: 30/11/2012.

SISTEMA DE EVALUACIÓN:



Evaluación del curso de forma modular.

Pruebas de desarrollo teórico-prácticas y/o test de evaluación realizados vía on line a través de la plataforma e-learning "campus amyca".



PROGRAMACIÓN

La revolución de la comunicación:

Introducción a los Medios Sociales (Social Media). Fundamentos de la web social: La web 2.0. Impacto de la web 2.0 en la sociedad y la economía. Valores web 2.0 y normas de conducta básica. Las redes sociales en la empresa.

La web 2.0 en la empresa:

Beneficios web 2.0 en la empresa. Implantación de la web 2.0 en la empresa. Servicios y aplicaciones de geolocalización. Net Strategy: El plan estratégico de comunicación en la empresa web 2.0. Desarrollo del Plan Estratégico. Análisis de la organización, transformación del modelo tradicional al 2.0, estrategia y etapas de implantación. Marca personal y relaciones públicas en la red.

Marketing on line:

Marketing interactivo: ventajas e inconvenientes. Efectos sobre el producto, el precio y la distribución. Medios digitales de comunicación. Publicidad en internet. Redes Sociales. Nuevas herramientas en la interacción empresa-cliente.

Herramientas de un Community Manager:

Servicios 2.0: blogging, livestreaming, microblogging, redes sociales. Herramientas de productividad: Tweetdeck, google Apps, MailChimp. Herramientas de monitorización: Google, Blogsearch, Twitter Search, Socialmention.

Integración de la actividad de la empresa (Pymes) en el Social Media:

Twitter y TweetDeck aplicaciones. Youtube: el video marketing aplicado a las Pymes. Twitter como herramienta de formación y de información. Verbo Embeber con Flickr y Slideshare. LinkedIn aplicaciones. Facebook aplicado a Pymes (publicidad y herramienta de intercambio de experiencias).

Recursos multimedia:

Beneficios de video para empresa. Los objetivos de video en la empresa. Video en la empresa social. Uso storytelling en los videos. Estrategias especiales para generar tráfico. Cómo medir las estadísticas. Medición de los resultados con video en la empresa. Estrategias especiales para generar afinidad con el público con tus videos.

Mobile marketing y geolocalización:

Estrategia y herramientas de mobile marketing. Diseño de una campaña de mobile marketing. La geografía: TerritorioRed y Redes sociales. Servicios y Aplicaciones de geolocalización. Geoportales.

Procesamiento web:

Introducción al Search Engine Optimization (SEO). Cómo funcionan los buscadores. Conceptos básicos del SEO. Estrategia de posicionamiento. Selección de keywords. Accesibilidad web para buscadores. Optimización de código para buscadores. Redactando para los buscadores SEO "Off page". Link Building. Google Webmaster Tools. Los errores que no debemos cometer en SEO.

Redes sociales y su influencia en la Reputación Corporativa.

Concepto de reputación corporativa. Pasos a seguir para medir y gestionar la Reputación Corporativa On line. Herramientas para medir la reputación corporativa on line. Los indicadores de campañas de Social Marketing (KPI's). Herramientas de medición en los medios sociales.

Trabajo Fin de Master.

Al finalizar el programa el alumnado deberá desarrollar un Proyecto Final en el cual deberá aplicar de forma práctica los conocimientos adquiridos durante el curso.

Carga lectiva práctica: 100 horas.

