COMMUNITY MANAGER: REDES, COMUNIDADES Y SOCIAL MEDIA MARKETING (VI EDICIÓN)

Datos básicos del Curso	Curso Académico	2017 - 2018
	Nombre del Curso	Community Manager: Redes, Comunidades y Social Media Marketing (VI Edición)
	Tipo de Curso	Experto
	Número de créditos	15,00 ECTS
Dirección	Unidad organizadora	Departamento de Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
	Director de los estudios	D Ángel Francisco Villarejo Ramos
Requisitos	Requisitos específicos de admisión a los estudios	- Nivel de formación mínima para acceder a estudios universitarios o experiencia profesional en el ámbito del Social Media, Informática, Comunicación o gestión empresarial.
	Criterios de selección de alumnos	
Preinscripción	Fecha de inicio	15/09/2017
	Fecha de fin	20/12/2017
Datos de Matriculación	Fecha de inicio	01/12/2017
	Fecha de fin	20/12/2017
	Precio (euros)	770,00 (tasas incluidas)
	Pago fraccionado	No
Impartición	Fecha de inicio	24/01/2018
	Fecha de fin	26/04/2018
	Modalidad	Semipresencial
	Idioma impartición	Español
	Lugar de impartición	Aula
	Plataforma virtual	Plataforma Virtual US
Información	Teléfono	954554463
	Web	http://mastersmmus.org/
	Facebook	

Twitter	
Email	info@mastersmmus.org

COMMUNITY MANAGER: REDES, COMUNIDADES Y SOCIAL MEDIA MARKETING (VI EDICIÓN)

Objetivos del Curso

Asimilar los principios básicos en que se sustenta la Web Social e identificar las tendencias de cambio que mayor impacto presentan en relación al emprendimiento y la gestión empresarial.Concienciar a los alumnos de las oportunidades de desarrollo personal y profesional que ofrecen las nuevas tecnologías digitales y el fenómeno de la web social y el marketing online. Desarrollar habilidades técnicas en el manejo de herramientas y aplicaciones web relacionadas con la gestión de la presencia corporativa en la web. Acercamiento a la realidad empresarial de casos de éxito relacionados con el fenómeno del Social Media y la web 2.0.

Procedimientos de Evaluación

Asistencia, Pruebas, Trabajos

Comisión Académica

D. Ángel Francisco Villarejo Ramos. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

D. Carlos Ojeda Sánchez. Institución no universitaria - BizDigital

D. Fernando Criado García-Legaz. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

D. Mario Castellanos Verdugo. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

Profesorado

D. Mario Castellanos Verdugo. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

D. Fernando Criado García-Legaz. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

D. Antonio Fernández Alonso. - Autónomo. Consultor SEO

Dª. Ana María López Fernández. - CEADE

D. Joseba López Hervella. - Consejería de empleo

D. Xavier Marcé Vila. - The Grupo

D. José María Marín Monreal. - Urban Explorer

Dª. Miriam Muñoz Expósito. - Profesional autónomo

D. Carlos Ojeda Sánchez. - BizDigital

D. Pablo Paz Reche. - Tartesys SL

D. Rafael Pérez-Ventana García. - Tribeca Media

D. Carlos Rite Rubio. - BizDigital

Dª. María Teresa Suarez Martín. - Periodista

D. Ángel Francisco Villarejo Ramos. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

Módulos/Asignaturas del Curso

Módulo/Asignatura 1. Social Media Marketing

Número de créditos: 5,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Contenido: 1.Comercialización de productos y servicios en redes sociales
2. Marketing 2.0. Adaptación de los principios de marketing a los entornos digitales
3. Identidad de marca, reputación e influencia. Marketing relacional; CRM y Social CRM

4. Posicionamiento de contenidos web

- Talleres de Iniciación lenguaje HTML y edición de CSS (I y II)
- Talleres de instalación y configuración de WordPress (I y II)
- Taller de SEO/SEM

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 24/01/2018 - 26/04/2018

Horario: Miércoles, Jueves
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 2. Visibilidad Online y Análisis

Número de créditos: 5,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Contenido: 1. Monitorización y análitica en Social Media. (I y II) Herramientas de monitorización

2. Planificación y diseño de campañas de Google Adworks
3. Conceptos básicos de la analítica web y Google analytics

- Taller Creatividad y generación de contenidos 2.0
- Taller de Analítica en Social Media
- Talleres de Google Analytics
-Taller de apoyo al manejo de redes y herramientas

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 24/01/2018 - 26/04/2018

Horario: Miércoles, Jueves
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 3. La Figura del Community Manager

Número de créditos: 5,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Contenido: 1. El perfil del Community Manager dentro y fuera de la empresa. Competencias emocionales y profesionales del CM
2. Dinamización de comunidades y gestión de crisis
3. Introducción a la planificación estratégica, la gestión por procesos y gestión de tareas y optimización del tiempo.
4. Redacción y estilo: el manual de usos y estilos

- Taller de redacción y estilo

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 24/01/2018 - 26/04/2018

Horario: Miércoles, Jueves
En horario de tarde