

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

Datos básicos del Curso	Curso Académico	2019 - 2020
	Nombre del Curso	Community Manager: Redes, Comunidades y Social Media Marketing (VIII Edición)
	Tipo de Curso	Experto
	Número de créditos	15,00 ECTS
Dirección	Unidad organizadora	Departamento de Administración de Empresas y 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	Los alumnos realizarán una entrevista personal con la dirección académica del curso que dará la admisión o no del estudiante.
Preinscripción	Fecha de inicio	15/09/2019
	Fecha de fin	20/12/2019
Datos de Matriculación	Fecha de inicio	01/12/2019
	Fecha de fin	20/12/2019
	Precio (euros)	770,00 (tasas incluidas)
	Pago fraccionado	No
Impartición	Fecha de inicio	22/01/2020
	Fecha de fin	30/09/2020
	Modalidad	Semipresencial
	Idioma impartición	Español
	Lugar de impartición	Aula
	Plataforma virtual	Plataforma Virtual US
Información	Teléfono	954554463
	Web	http://mastersmmus.org/
	Facebook	https://www.facebook.com/programasmmus
	Twitter	@smmus



Email

info@mastersmmus.org



COMMUNITY MANAGER: REDES, COMUNIDADES Y SOCIAL MEDIA MARKETING (VIII 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 Marketing
- D. Carlos Ojeda Sánchez. Institución no universitaria - BizDigital
- D. Fernando Criado García-Legaz. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing
- D. Mario Castellanos Verdugo. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing

Profesorado

- D^a. Alma María Alanís García. - Free Lance
- D. Mario Castellanos Verdugo. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing
- D. Fernando Criado García-Legaz. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Marketing
- D. Antonio Fernández Alonso. - Autónomo. Consultor SEO
- D. Joseba López Hervella. - Consejería de empleo
- D. Xavier Marcé Vila. - The Grupo
- D^a. Beatriz Muñoz Pérez del Pulgar. - Terceto Comunicación
- D. Carlos Ojeda Sánchez. - BizDigital
- D. Pablo Paz Reche. - Anura Digital , S.L.
- D. Rafael Pérez-Ventana García. - La Ventana Comunicación
- D^a. Ana Isabel Porras Nieto. - Agencia Andaluza de Instituciones Culturales Consejería de Cultura
- D^a. María Teresa Suárez Martín. - Opileak
- D. Ángel Francisco Villarejo Ramos. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y 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:

Asignaturas del módulo:

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 22/01/2020 - 23/04/2020

Horario: Miércoles en horario de tarde, 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 analítica 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:

Asignaturas del módulo:

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 22/01/2020 - 23/04/2020

Horario: Miércoles en horario de tarde, 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:

Asignaturas del módulo:

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 23/01/2020 - 23/04/2020

Horario: Miércoles en horario de tarde, Jueves en horario de tarde