

"Aquesta actuació esta impulsada i subvencionada pel Consorci per a la Formació Contínua de Catalunya i finançada pel Fons Social Europeu com a part de la resposta de la Unió Europea a la pandèmia COVID-19".

Programa REACT EU

FAMÍLIA PROFESSIONAL

Comerç i màrqueting

ÀREA PROFESSIONAL

Màrqueting i Relacions públiques

GRUPAF	CODI FAMÍLIA	CODI ÀREA	IDENTIFICADOR
COMM104	COM	COMM	FC01_COMM104_201654

NOM DE L'ACCIÓ

Community manager

HORES DE CURS

50 Hores

OBJECTIUS

Objectiu **general**:

- ✓ Conèixer les competències clau que un community manager ha d'assolir i les característiques del seu lloc de treball.

Objectius **específics**:

- ✓ Dominar els principis del Màrqueting on line i les formes més efectives de difondre un missatge utilitzant els diferents canals on line existents.
- ✓ Aprendre a utilitzar de forma experimentada les principals plataformes de Social Media i aprendre a multiplicar els seus efectes utilitzant-les de forma coordinada.
- ✓ Analitzar converses i/o opinions a les xarxes socials sobre productes o marques.
- ✓ Dominar les tècniques per a la generació de reputació on line positiva sobre una empresa, producte o servei.
- ✓ Aprendre a monitoritzar la nostra marca i la competència a través de les xarxes socials.

"Aquesta actuació esta impulsada i subvencionada pel Consorci per a la Formació Contínua de Catalunya i finançada pel Fons Social Europeu com a part de la resposta de la Unió Europea a la pandèmia COVID-19".

- ✓ Fomentar l'autoaprenentatge, ja que les eines que s'utilitzen en aquest àmbit canvien cada molt poc temps i cal mantenir-se actualitzat.

- ✓ Afavorir el desenvolupament de les següents competències en l'alumnat: competència comunicativa lingüística i audiovisual, tractament de la informació i competència digital, competència d'aprendre a aprendre, competència d'autonomia i iniciativa personal, competència en el coneixement i la interacció amb el món Online i competència social.

CONTINGUTS

1. Social Media i Community Management

- 1.1. Xarxes socials i comunitats.
- 1.2. Fixar els objectius d'un projecte Online: Acquisition, engagement, conversion, fidelization.
- 1.3. La figura del Community Manager: funcions i responsabilitats.
- 1.4. Com dinamitzar comunitats on line.
- 1.5. Com treballar continguts en social media.

2. Estratègia i creació del Pla de Mitjans Socials

3. Facebook

- 3.1. Facebook. Característiques principals.
- 3.2. Fanpages a Facebook: Com gestionar-les? Com fer-les créixer?
- 3.3. Engagement. Com aconseguir engagement amb la comunitat?
- 3.4. Pestanyes i aplicacions a Facebook.

4. Twitter

- 4.1. Twitter. Característiques principals
- 4.2. Llenguatge específic de Twitter.
- 4.3. Com augmentar el número de followers.

5. Pinterest, Youtube, Linkedin, imatge social i vídeo màrqueting

"Aquesta actuació esta impulsada i subvencionada pel Consorci per a la Formació Contínua de Catalunya i finançada pel Fons Social Europeu com a part de la resposta de la Unió Europea a la pandèmia COVID-19".

5.1. Pinterest, la plataforma visual.

5.2. Google+: Característiques principals.

5.3. LinkedIn. Característiques principals.

5.4. Gestionar els contactes a LinkedIn.

5.5. Com elaborar i optimitzar un CV a LinkedIn (com millorar un extracte amb paraules clau).

5.6. Imatge social: Instagram, Flickr. Pinterest (la plataforma visual per a e-commerce).

5.7. Principis del videomàrqueting. YouTube, Vimeo i Vine.

6. Eines del Community Manager

6.1. HootSuite i TweetDeck.

6.2. Isuu, Slideshare i Prezi: compartir presentacions i pdfs.

6.3. Mailchimp: disseny de newsletters i e-mailing.

7. Mètriques i estratègies de Social Media

7.1. Mètriques i KPIs de Social Media.

7.2. Anàlisi i monitorització en el camp del Social Media.