



MASTER SOCIAL MEDIA GESTIÓN DE REDES SOCIALES

El ámbito empresarial de la **Comunicación y el Marketing** es uno de los que más ha modificado su campo de actuación profesional y laboral, debido a los cambios en su modelo de negocio y la progresiva profesionalización de la gestión de las redes sociales.

Así, el mercado demanda otros perfiles capaces de adaptarse a **nuevas actitudes y aptitudes**, con nuevas competencias y objetivos. Esto se concreta en un aumento espectacular del número de oportunidades al alcance sólo a través de las redes sociales.

Las nuevas ocupaciones del sector redes sociales, algunas inexistentes hace pocos años, demandan competencias en la **Comunicación y el Marketing Online para puestos como Social Media Manager, Social Media Strategist o Community Manager**.

Este programa forma a profesionales encargados de realizar **estrategias, gestionar, comunicar, construir, promocionar y moderar comunidades** en torno a una marca, empresa o institución empleando herramientas sociales como Facebook, Twitter, LinkedIn o Instagram, entre otras muchas.

Proporciona los conocimientos necesarios para aprender a **crear e implementar una estrategia eficaz de comunicación y promoción 2.0**, adquiriendo una visión completa de todas las redes sociales.



MASTER SOCIAL MEDIA GESTIÓN DE REDES SOCIALES

Edición #2

Datos Básicos

Fecha de inicio 2 de marzo de 2017

Fecha de finalización 30 de junio de 2017

Duración 32 sesiones de cuatro horas

Horario Jueves y viernes de 16.30 a 20.30 h.

Lugar de celebración

Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Álava

Precio 3.000€

Política de descuentos (acumulables)

10% por pago único

10% para empresas de Álava o particulares radicados en Euskadi

Bonificaciones

BONIFICABLE a través de la Fundación Tripartita

Información e Inscripciones

Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Álava
Dato, 38, 01005 Vitoria-Gasteiz

Tel.: 945 141 800 Fax: 945 143 156

formacion@camaradealava.com



mastersmalava



@mastersm_alava



mastersmalava

www.mastersmalava.com



Edición #2

MASTER SOCIAL MEDIA GESTIÓN DE REDES SOCIALES

- > 128 horas de formación presencial
- > 1 sesión Masterclass
- > 2 Talleres Prácticos
- > 1 Taller de Experiencias
- > 2 Workshops y 2 Business Cases
- > Tutorías personalizadas durante el curso
- > Trabajo fin de Master

Partner Académico



Organiza



cámara de álava
arabako ganbera

comunicación profesional*



comunicación profesional*

Colabora



Director académico

Rubén LLAMES

Coordinador nacional de Delegados Territoriales AERCO-PSM
<http://es.linkedin.com/in/rmllames>

Coordinador

Ibón BERRA

Docente en programas formación AERCO-PSM
<http://es.linkedin.com/in/ibonberra>

Profesorado

Cristina JUESAS

Fundadora y licenciataria del TEDxVitoriaGasteiz
<http://es.linkedin.com/in/cristinajuesas>

Iker AUDICANA

Account Executive en LIN3S
<http://es.linkedin.com/in/ikeraudicana>

Jordi LIDÓN

Social Media Manager en Trupp Media
<http://es.linkedin.com/in/jordilidon>

Iruri KNÖRR

CMO en Ideateca/Ludei
<https://www.linkedin.com/in/iruri>

César CAJETE

Responsable de formación en Comunicación Profesional
<http://es.linkedin.com/in/cesarcajete>

Daniel ARRILUCEA

Asesor técnico externo en Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Álava
<https://www.linkedin.com/in/daniarrilucea>

Igone URQUIOLA

Consultora SEO/SEM en Nolatan
<https://www.linkedin.com/in/igoneurquiola>

Xabier Iglesias

Fundador Auditor SEO
<https://www.linkedin.com/in/xiglesias>

David REMARTÍNEZ

Coordinador Web en Diario Montañés (Grupo Vocento)
<http://www.eldiariomontanes.es/autor/david-remartinez-719.html>

Andrés DE LA TORRE

Productor en Dos Torres Audiovisual
<http://es.linkedin.com/pub/andres-de-la-torre/20/209/203>

Módulos

Módulo I

Gestión del cambio: Fundamentos de comunicación en entornos social media

- . Los nuevos modelos de comunicación
- . Introducción a los medios sociales
- . Elaboración de contenidos 2.0
- . El manifiesto Cluetrain, la Long Tail y otros conceptos
- . Nuevo entorno competitivo
- . Ejercicios prácticos

Módulo II

Fundamentos del marketing en entornos social media

- . Principios básicos del Marketing aplicado a las redes sociales
- . Diseño aplicado a las necesidades de gestión social media
- . Publicidad 2.0: Características, consideraciones y rentabilidades
- . Planificación y gestión de campañas de publicidad SEM
- . Ecommerce y Redes sociales, como apoyar ventas online
- . Investigación de mercados en entornos 2.0
- . Ejercicios prácticos

Módulo III

El entorno: Características de las redes sociales

- . Panorámica y características de las Redes Sociales
- . Twitter, Facebook y LinkedIn para usuarios avanzados
- . Instagram, Pinterest y otras redes de puesta en valor de imágenes
- . Aplicaciones móviles para un mundo 2.0
- . Ejercicios prácticos

Módulo V

El gestor de comunidades online

- . Introducción a la gestión de comunidades online
- . Planificación Estratégica
- . El trabajo diario del Gestor de Comunidades
- . Legalismos 2.0
- . Gestión de crisis
- . Ejercicios prácticos

Módulo IV

Producción y promoción audiovisual social media

- . Grabación, edición y gestión de videos 2.0
- . Alojamiento y herramientas
- . Estrategias de marketing y promoción
- . Ejercicios prácticos

Módulo VI

Medición de los resultados

- . Resultados y Rentabilidad
- . ROI: Cómo medirlo y cómo explicarlo
- . Modelos de medición según las comunidades virtuales

Módulo VII

Auditoría Social Media



MASTER SOCIAL MEDIA
GESTIÓN DE REDES SOCIALES

Objetivos

- > Conocer las características de las principales **Redes Sociales** a nivel avanzado.
- > Aprender el uso de las **Auditorías Social Media** como iniciadoras de proyectos.
- > Elaborar un **Plan Estratégico Social Media**.
- > **Gestión de Crisis** y control de daños Social Media.
- > **Generar contenidos** dentro de una estrategia.
- > Planificar y gestionar cuentas en **Redes Sociales**.
- > Promocionar las **iniciativas 2.0**
- > **Calcular** el Retorno de Inversión, **ROI** de nuestras actividades.

Training

Programa personal y posibilidad de prácticas de 250 horas para elaborar una Auditoría Social Media

El programa se desarrolla en dos formatos

Las personas en activo

Será obligatorio presentar un Trabajo Fin de Máster que consistirá, con carácter general, en una Auditoría Social Media para obtener el título.

Los alumnos dispondrán de tutorías personalizadas por parte de profesionales de AERCO-PSM para desarrollar esta tarea y seguirán un índice aprobado por la dirección académica.

Las personas desempleadas

Además de la obligación de presentar un Trabajo Fin de Máster para la obtención del título, tendrán a su disposición la posibilidad de realizar prácticas al finalizar el programa formativo (consultar condiciones con la organización).