

Capacitación Práctica

Dirección de Redes Sociales y Community Manager



tech



tech

Capacitación Práctica
Dirección de Redes Sociales
y Community Manager

Índice

01

Introducción

pág. 4

02

Objetivos

pág. 6

03

Planificación de la
enseñanza

pág. 8

04

¿Dónde puedo hacer la
Capacitación Práctica?

pág. 12

05

Recursos materiales y
de servicios

pág. 14

06

Titulación

pág. 18

01 Introducción

Las redes sociales surgieron en el ámbito privado para conectar a personas de todo el mundo. Sin embargo, su uso globalizado ha abierto las puertas al mercado empresarial, tras entender las compañías que su presencia en redes es fundamental para lograr un conocimiento efectivo de la marca y mejorar las ventas. De esta manera, quien no tiene presencia en estos canales comunicativos está perdiendo un público que no solo podría consumir sus productos o servicios, sino, casi aún más importante, promocionarlos. Al realizar esta titulación de TECH, el alumno será capaz de gestionar las comunidades virtuales y planificar y aplicar estrategias de promoción y publicidad, convirtiéndose en un experto en community management.

“

La presencia en redes sociales permite a las empresas estar en contacto con un público más activo, curioso e interesado por conocer en profundidad el producto antes de su compra. Gracias a este programa, tendrás la oportunidad de aprender a gestionar los social media de tu empresa, logrando una interacción más eficaz con los clientes”





Hay que tener en cuenta que, en los últimos años, son muchas las personas que han decidido hacer de su pasión por las redes sociales su profesión. Pero, para llevar a cabo este trabajo de la manera más adecuada para las empresas, no solo es preciso saber manejar las herramientas a su disposición, sino que hay que desarrollar una serie de habilidades comunicativas, de gestión y planificación e, incluso, tener un manejo óptimo de la lengua que permita crear canales virtuales de comunicación exitosos. De esta manera, el objetivo no es solo publicitar los productos de la compañía, sino gestionar las comunidades en línea atendiendo a las necesidades de los clientes, resolviendo conflictos, solucionando dudas y, sobre todo, creando una imagen de marca que permita mejorar la publicidad y lograr que los propios consumidores se conviertan en prescriptores de la misma.

Para ello, es fundamental especializarse a través de la práctica, logrando un manejo adecuado y eficaz de las principales herramientas de marketing digital, enfocadas en las redes sociales. Por este motivo, TECH propone a sus alumnos una oportunidad única para aprender trabajando. Así, los alumnos podrán acceder, a través de este programa, a una estancia práctica intensiva de 3 semanas en una compañía de referencia en este ámbito, donde podrán aprender de la mano de los principales expertos en la materia, equipos consolidados en sus empresas que pondrán todos sus conocimientos a disposición de los alumnos en prácticas para ayudarles a mejorar en un sector que demanda profesionales altamente cualificados.

“Disfruta de una estancia intensiva de 3 semanas en una empresa de prestigio y actualízate en los últimos procedimientos tecnológicos para crecer profesionalmente”

02 Objetivos



Objetivo general

- ♦ La realización de esta Capacitación Práctica supondrá una posibilidad para los alumnos para mejorar sus habilidades para la gestión de redes sociales y comunidades virtuales. Así, al finalizar este periodo, el profesional sabrá manejar a la perfección las principales herramientas que utilizan los community managers para implementar sus planes y estrategias de marketing digital, logrando realizar un uso eficiente de las redes sociales de su compañía, que favorezcan el conocimiento de la misma y, por tanto, el aumento de los consumidores potenciales.



Tras esta estancia intensiva estarás mejor preparado para realizar un uso más eficiente de las redes sociales, que favorezcan los objetivos de tu empresa y ayuden a lograr los máximos beneficios posibles”





Objetivos específicos

- ♦ Describir características y fundamentos de la comunicación en el entorno digital
- ♦ Conocer las redes sociales y el trabajo del community manager
- ♦ Desarrollar comunicación creativa
- ♦ Desarrollar un plan de marketing estratégico
- ♦ Investigar en medios digitales
- ♦ Redactar de forma eficaz textos publicitarios
- ♦ Realizar la dirección de arte de las campañas
- ♦ Realizar piezas gráficas en publicidad
- ♦ Desarrollar una identidad corporativa
- ♦ Analizar y manejar la comunicación en el contexto de la opinión pública

03

Planificación de la enseñanza

La Capacitación Práctica de este programa está conformada por una estancia práctica en una compañía de referencia en el sector, de 3 semanas de duración de lunes a viernes, con jornadas de 8 horas consecutivas de enseñanza práctica al lado de un profesional en la materia. Esta estancia permitirá a los alumnos conocer en profundidad cómo debe llevarse a cabo la labor del community manager, con el objetivo de crear una imagen positiva de la compañía en la que trabaje que permita aumentar las ventas y dirigir sus promociones y publicidades a su público objetivo, a través de estrategias y campañas de marketing y comunicación ideadas pensando en las metas de su compañía.

En esta propuesta de capacitación, de carácter completamente práctico, las actividades están dirigidas al desarrollo y perfeccionamiento de las competencias necesarias para la prestación de labores directivas en los departamentos de marketing y comunicación, adquiriendo la cualificación necesaria para gestionar todas las acciones promocionales y publicitarias que permitan atraer a un mayor público, así como para gestionar las comunidades virtuales resolviendo con eficacia cualquier crisis que pueda suceder.

Esta es, sin duda, una oportunidad para aprender trabajando en los departamentos de marketing y comunicación de las principales empresas del sector, conociendo el día a día del trabajo de la mano de profesionales con amplia experiencia. De esta manera, será una opción de gran valor para el alumno que desee formar parte de equipos directivos, planificando, controlando y gestionando diferentes estrategias de marketing y comunicación a través de las redes sociales.

De esta manera, la estancia práctica en una empresa de referencia en el sector permitirá al alumno completar un número mínimo de actividades prácticas en distintas áreas y departamentos de la compañía, obteniendo una visión general sobre el sector que le permita incorporarse rápidamente al mercado laboral, convirtiéndose en uno de los profesionales más competitivos del momento.

La enseñanza práctica se realizará con la participación activa del estudiante, desempeñando las actividades y procedimientos de cada área de competencia (aprender a aprender y aprender a hacer), con el acompañamiento y guía de los profesores y demás compañeros de entrenamiento que facilite el trabajo en equipo, y la integración multidisciplinar como competencias transversales para la práctica diaria (aprender a ser y aprender a relacionarse).

Los procedimientos prácticos descritos a continuación serán la base de esta Capacitación, y su realización estará sujeta a las necesidades de la empresa en la que se lleve a cabo la estancia y la disponibilidad de personal de apoyo.



Capacítate en una compañía que te pueda ofrecer todas estas posibilidades, con un programa académico innovador y un equipo humano capaz de desarrollarte al máximo”

La relación de actividades y procedimientos que se realizarán, así como su correlación con el temario teórico, viene resumida en la siguiente tabla:

Módulo	Actividad Práctica	
Fundamentos de la Comunicación en el Entorno Digital	Control de los nuevos formatos de comunicación y del entorno digital	
	Dominar la netiqueta y las buenas prácticas en redes sociales	
	Diseño y planificación de un plan de reputación en línea	
	Dominio de las plataformas generalistas, profesionales y microblogging	
	Dominio de las plataformas de vídeo, imagen y movilidad	
	Estrategia de contenidos y storytelling	
	Estrategia en social media	
	Realización de funciones, tareas y responsabilidades de la administración comunitaria	
	Estrategia de redes sociales	
	Diseño de un plan en social media	
	Uso de herramientas de monitorización en línea	
	Redes Sociales y Community Management	Concienciación de la evolución de las redes sociales en la actualidad
		Uso correcto de las tipologías de redes sociales
Atención al cliente en las redes sociales		
Marketing digital		
Conocimiento de e-commerce		
Plan estratégico de redes sociales y social media plan		
Reputación online		
Incrementar la presencia de la marca a través de las redes sociales: Facebook, Twitter y LinkedIn		
Generador de contenido en Youtube		
Uso de Youtube analytics		
Generación de contenido en Instagram y Pinterest		
Creación de blogs y potenciación de marca personal		
Programación con Hootsuite y uso de las diferentes herramientas para la generación de contenido		

Módulo	Actividad Práctica	
Creatividad en comunicación	Pensamiento creador y creatividad	
	Uso de la creatividad en la comunicación	
	Uso de la retórica y la publicidad	
	Comunicación persuasiva	
	Uso del modelo tridimensional de estructura del intelecto según Guilford	
	Uso del brainstorming como modelo de creación de ideas	
	Creatividad y comunicación publicitaria	
	Marketing estratégico	Uso de sistemas de información de marketing
		Análisis de mercado y los clientes
Análisis de la competencia		
Análisis de variables del entorno: demandas sociales, incertidumbre, etc		
Análisis interno y externo		
Estrategias de des-inversión		
Implantación de estrategias de crecimiento		
Posibilidad de generar alianzas estratégicas		
Estrategias de cobertura del mercado y determinación del público objetivo		
Estrategias del producto		
Estrategias de oferta: de marca, de producto, de precio, de servicios		
Implantación de estrategias de salida al mercado: de distribución, de comunicación, de fuerza de ventas, internet y marketing directo		
Organización de las actividades de marketing y de las relaciones		
Implantación y control de la estrategia de marketing		

Módulo	Actividad Práctica
Investigación en medios digitales	Aplicación del método científico y sus técnicas
	Diseñar las fases de una investigación
	Aplicación de técnicas cuantitativas y cualitativas
	Preparación del cuestionario y la exposición de resultados
	Preparación de entrevistas individuales y en grupo
	Procesamiento y análisis de los datos
	Uso de técnicas de recogida de datos digitales
	Uso del internet como fuente de estrategia de validación y confirmación
Creatividad publicitaria I: Redacción	Aplicación de una correcta redacción y orden
	Fundamentos de corrección, adaptación y eficacia en la redacción publicitaria
	Redacciones entre texto e imagen
	La marca y el eslogan
	Publicidad directa: folleto y catálogos
	Publicidad en prensa
	Publicidad exterior
	Publicidad radiofónica
	Publicidad audiovisual
Dominio de guiones y story-boards	

Módulo	Actividad Práctica
Dominio de guiones y story-boards	Diferenciación de anunciantes y agencias
	Proceso creativo y dirección de arte
	Pensamiento, proceso y gestión de diseño gráfico publicitario
	Creatividad gráfica publicitaria
	Comunicación y estética en la comunicación
	Estrategias gráficas: aprehensión formal, mensaje gráfico y estado estético
	Arquitectura gráfica: tipometría y espacios gráficos
	Publigráfica
	Imagen visual organizacional
	Anuncios gráficos publicitarios
Fundamentos del Diseño Gráfico	Dominio de las imágenes corporativas en las páginas web
	Dominio del ecodiseño
	Fomentar nuevas ideas en el proceso de diseño
	Uso de Adobe Lightroom I
	Conocimiento y uso de los presets



Módulo	Actividad Práctica
Identidad corporativa	Saber diferenciar la identidad e imagen corporativa
	Técnicas de investigación en Imagen Corporativa
	Auditoría y estrategia de imagen
	Planificación de la estrategia de imagen
	Diferenciar los tipos de cultura corporativa
	Aplicación de la RSC en las empresas
	Comunicación de la RSC
	Dominio de la reputación corporativa
	Estrategias de identidad visual corporativa
	Elaboración del naming
	Imagen y posicionamiento de marcas
	Gestión de la imagen a través de la comunicación de crisis
	Uso del marketing promocional
	Tipos de técnicas promocionales
Posicionamiento de las empresas a través de su nombre y logotipo	
Opinión pública	Captación de la opinión pública como fenómeno racional y como forma de control social
	Modelos de influencia mediática
	Potenciar el poder de los medios como influencia mediática
	Comunicación política electoral: propaganda
	Potenciar el efecto de los medios en campaña electoral como refuerzo de las opiniones
	Análisis de los efectos bandwagon y underdog Métodos y técnicas de investigación de la opinión pública: encuestas

04

¿Dónde puedo hacer la Capacitación Práctica?

Saber gestionar comunidades virtuales es una labor esencial de los community manager, para lograr que los clientes potenciales se conviertan en prescriptores de su marca a través de la red. Estos puestos requieren de una elevada especialización, que dará sus frutos al acceder a puestos directivos en empresas de primer nivel. Pero, para alcanzar este objetivo, es preciso lograr la experiencia práctica necesaria que dará a los profesionales esa primera oportunidad laboral. Para ello, TECH está llegando a acuerdos con diferentes empresas del ámbito de la comunicación y el marketing digital, para que sus alumnos accedan a una estancia práctica intensiva que les abra las puertas a un mundo lleno de oportunidades laborales.

“

Esta Capacitación Práctica te dará la oportunidad de aprender en empresas nacionales e internacionales, con equipos de primer nivel que son referentes en su ámbito de actuación”



El alumno podrá cursar esta capacitación en estos centros:

España

MATCH MODE
(Barcelona, España)



[Visitar la web](#)

Sanux Salud y Nutrición
(Granada, España)



[Visitar la web](#)

México

Clínicas DH Central
(Valencia, España)



[Visitar la web](#)

BeeNet Marketing Digital
(CDMX, México)



[Visitar la web](#)

05

Recursos materiales y de servicios

Durante el desarrollo de las prácticas, los profesionales podrán acceder a equipamiento de última generación en los servicios relativos a la práctica impartida.

Los materiales e insumos a los que tendrán acceso serán los mismos que se disponen en los diferentes servicios como parte de los procesos y procedimientos que se llevan a cabo en cada uno de los servicios y áreas de trabajo de la empresa.

Los materiales e insumos a los que tendrán acceso serán los mismos que se disponen en los diferentes servicios como parte de los procesos y procedimientos que se llevan a cabo en cada uno de los servicios y áreas de trabajo.



Podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las Universidades tradicionales de todo el mundo”

*Estos recursos y materiales pueden variar en función del centro donde se curse la capacitación.





Seguro de responsabilidad civil y de accidentes

Nuestra máxima preocupación es garantizar la seguridad tanto de los profesionales en prácticas como de los demás agentes colaboradores, necesarios en los procesos de Capacitación Práctica.

Dentro de las medidas dedicadas a lograrlo, se encuentra la respuesta ante cualquier incidente que pudiera ocurrir durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje. Para ello, TECH se compromete a contratar un seguro de responsabilidad civil y de accidentes que cubra cualquier eventualidad que pudiera surgir en el desarrollo de la misma, durante la estancia en el centro de prácticas.

Esta póliza de responsabilidad civil de los profesionales en prácticas tendrá coberturas amplias y quedará suscrita de forma previa al inicio del período de la Capacitación Práctica. De esta forma, el profesional no tendrá que preocuparse en caso de tener que afrontar una situación inesperada y estará cubierto hasta que termine el programa práctico en el centro.

Condiciones generales de la Capacitación Práctica

Las condiciones generales del acuerdo de prácticas para el programa serán las siguientes:

1. TUTORÍA: se asignará un tutor, que acompañará al estudiante durante todo el proceso, en la institución donde se realizan las prácticas. Este tutor será un miembro del equipo interdisciplinar del centro y tendrá como objetivo orientar y apoyar al profesional en todo momento. Por otro lado, se asignará también un tutor académico por parte de TECH. Este tutor será un miembro de nuestro equipo y su misión será coordinar y ayudar al profesional durante todo el proceso, resolviendo dudas y facilitando todo aquello que pueda necesitar para que se pueda cursar adecuadamente la Capacitación Práctica. De este modo, estará acompañado y podrá consultar todas las dudas que le puedan surgir en el proceso.

2. DURACIÓN: el programa de prácticas tendrá una duración de 3 semanas continuadas en jornadas de 8 horas, 5 días a la semana. Los días de asistencia y el horario serán responsabilidad del centro y se informará al profesional con suficiente tiempo de antelación para que se pueda organizar.

3. NO INCLUYE: la Capacitación Práctica no incluirá ningún elemento no descrito en las presentes condiciones, por ejemplo: alojamiento, transporte hasta la ciudad donde se realicen las prácticas, visados o cualquier otro no enumerado. No obstante, podrá consultar con su tutor académico cualquier duda o recomendación al respecto. Este le brindará toda la información que fuera menester para facilitarle los trámites en todo caso.





4. INASISTENCIA: en caso de no presentarse el día del inicio de la Capacitación Práctica, el profesional perderá el derecho a la misma sin posibilidad de reembolso ni cambio de fechas establecidas para el período de Capacitación Práctica. La ausencia durante más de 2 días a las prácticas, sin causa justificada/médica, supondrá la renuncia del profesional a las mismas y, por tanto, su finalización automática. Cualquier problema que surja durante el transcurso de las mismas se tendrá que informar debidamente y de forma urgente al tutor académico.

5. CERTIFICACIÓN: el profesional que supere las pruebas de la Capacitación Práctica recibirá un certificado que le acreditará la estancia de Capacitación Práctica del programa. Este certificado podrá ser apostillado a petición expresa del estudiante.

6. RELACIÓN LABORAL: la Capacitación Práctica no constituirá una relación laboral de ningún tipo.

7. PROFESIONALES VISITANTES: los profesionales cuya formación previa requerida para cursar el programa de Capacitación Práctica que no estuvieran reconocidos, o que habiendo cursado la formación requerida no estuvieran en posesión del título o documento que los acredite, solo podrán ser considerados “estudiantes visitantes en prácticas” y solo podrán obtener el título de Capacitación Práctica cuando acrediten la finalización de los estudios previos requeridos.

06 Titulación

Este Título es una **Capacitación Práctica en Dirección de Redes Sociales y Community Manager** que contiene el programa más completo y actualizado del panorama académico.

Tras la superación de las pruebas por parte del alumno, este recibirá por correo postal, con acuse de recibo, el correspondiente Certificado de Capacitación Práctica de TECH.

Título: **Capacitación Práctica en Dirección de Redes Sociales y Community Manager**

Duración: **3 semanas**

Modalidad: **presencial**

Horas totales: **120h.**





Capacitación Práctica
Dirección de Redes Sociales
y Community Manager

Capacitación Práctica

Dirección de Redes Sociales y Community Manager



Quick And Easy DIY Bicycle Repair
1.524.534 Views

Subscribe

21.5K

1.2K

tech