

7ª edición

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

Summer Courses 2018

Nivel Introdutorio

Fechas Del 2 al 27 de julio de 2018
Horario De lunes a viernes, de 16.40h a 21.40h; viernes 27, de 9.30h a 14.30h
Idioma Español

Estructura

2 julio: Inicio de clases
27 julio: Entrega de diplomas

Algunas de las actividades complementarias podrían organizarse fuera del horario de clase, a acordar previamente con los estudiantes.

Introducción

Actualmente poca es la gente que no tiene un perfil o gestiona una fanpage en Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Snapchat, sin embargo, pocas son las personas que saben realmente aprovechar el potencial de las redes sociales con el objeto de sacar el máximo partido a su negocio (tienda, pequeña empresa de servicios) o a su estrategia de personal branding (freelance). Y es que hay que tener muy claro que, hoy en día, es prácticamente inviable lanzar un proyecto profesional sin tener clara y bien definida una presencia 2.0. Por este motivo nace el Curso de Verano en Social Media Management, que ofrece a los estudiantes las herramientas necesarias para poder posicionarse de manera adecuada y efectiva en los entornos sociales. Ya no es suficiente una página web corporativa, si no que la imagen de la empresa se construye a partir de una estrategia bien definida que contemple objetivos, público objetivo, contenidos, calendarios, análisis de datos, herramientas de productividad, monitorización.

Objetivos

- Conocer los fundamentos básicos de la web 2.0: Términos como bidireccionalidad, escucha, participación, diálogo, consumidor implicado en la producción (prosumidor), cada vez más relevantes y presentes en cualquier actividad comunicacional. La Web 2.0 ofrece nuevas funcionalidades que permiten hablar de internet no sólo como gran fuente de recursos, sino como la plataforma donde trabajar con esos recursos
- Ofrecer las herramientas necesarias para que una persona con un proyecto (personal o profesional) pueda darlo a conocer en el entorno digital
- Saber plantear una estrategia de contenidos para comunicar un mensaje claro y diferenciado, y posicionar la marca de forma sólida y coherente en las diferentes plataformas sociales.
- Aprender a dinamizar nuestra comunidad
- Saber escuchar lo que se dice en la red en torno a términos claves (keywords) y convertir esa información en valor para nuestro proyecto
- Optimizar el tiempo de trabajo para hacerlo más productivo
- Gestionar la reputación online (ORM, online reputation management): aprendiendo las metodologías y herramientas más útiles para gestionar las conversaciones alrededor de nuestra marca en Internet
- Aprender a crear una marca personal diferenciada
- Planificar campañas de publicidad en redes sociales: Facebook ADS, Twitter ADS y LinkedIn ADS
- Llevar a cabo una campaña con influencers
- Conocer los aspectos legales se deben tener en cuenta en las redes sociales
- Aprender a utilizar de forma profesional las diferentes plataformas sociales Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, LinkedIn, Periscope y blogs

Metodología

Se trata de un curso de verano con una orientación hacia el contenido práctico donde las sesiones, en formato masterclass, están enfocadas a transmitir un conocimiento concreto. Cada clase tiene una parte de contenido teórico (metodología, herramientas, etc.) combinada con el estudio de casos concretos y conexiones en tiempo real. Al finalizar el curso los alumnos deberán presentar un proyecto final definido previamente con el profesor.

Competencias adquiridas

- Dominio de las plataformas sociales más populares y exitosas en Internet: FB, TW, Instagram, LinkedIn, Snapchat...
- Capacidad analítica y estratégica
- Saber diseñar, paso a paso, un Plan de Social Media Marketing
- Habilidades personales y profesionales del Community Manager
- Transmitir mensajes y comunicar de forma eficaz, copy
- Creatividad aplicada a entornos sociales
- Productividad: Organización y planificación en el trabajo
- Principios básicos para crear campañas de publicidad en las redes sociales
- Legalidad en la web 2.0
- Crear y posicionar tu marca personal
- Habilidades para gestionar crisis de reputación online
- Crear informes de evolución y rendimiento
- Gestionar ingresos a través de la gestión coherente de las redes sociales

A quién va dirigido

Dirigido a profesionales autónomos que quieran adquirir las herramientas y estrategias necesarias para posicionar su propia marca y/o proyecto en la red. Recién licenciados en Marketing, Comunicación o RR.PP. y cualquier persona que desee adentrarse en la profesión y conocer todos los secretos de la gestión de comunidades online de una forma creativa e innovadora.

Salidas profesionales

Trabajar como freelance en las funciones de Community Management para diferentes empresas, trabajar de Community Manager como staff en una empresa y/o gestionar las redes sociales de una marca propia.

Requisitos de admisión

La admisión e inscripción a los Cursos de Verano se realiza mediante una plataforma de Admisiones Online a la que tu Advisor te dará acceso en el momento en el que desees formalizar tu inscripción.

Documentación necesaria:

- DNI (estudiantes españoles) o Pasaporte (estudiantes internacionales) escaneado
- Diploma de estudios escaneado (estudios mínimos de bachillerato)
- Carta de Motivación en el idioma del curso
- Curriculum Vitae en el idioma del curso, especificando nivel de idiomas y de herramientas informáticas
- Certificado de idioma: Para los cursos en inglés se requiere un nivel intermedio, correspondiente a un TOEFL de papel 550 o IELTS 6,5. Para los cursos en español se requiere un nivel B2. En caso de no tener ninguno de estos certificados, será necesario evaluar personalmente tu nivel a través de una entrevista presencial o por Skype

Programa

El mundo digital, la web 2.0 y las Redes Sociales

Sesión introductoria donde se dar a conocer los principios y fundamentos básicos de la nueva comunicación 2.0.

Planificación estratégica: el Social Media Plan

Iniciar la presencia en las Redes Sociales es mucho más que abrir un perfil en Facebook, Instagram o Twitter. Cuando una marca se plantea su presencia en las redes sociales es imprescindible hacer un Social Media Plan por fases que plantee una estrategia con objetivos claros, target definidos, contenidos de valor, acciones tácticas, fases y planificación.

¿Cómo es el día a día de un Community Manager?

En este módulo aprenderemos los procedimientos básicos del Community Management en su día a día: funciones, responsabilidades, habilidades, cómo optimizar el tiempo, etc., y conoceremos las herramientas de productividad básicas para ejercer de forma efectiva este trabajo.

Marco Legal

¿Trabajas en los entornos sociales, pero te asaltan dudas legales cuando haces concursos? ¿Sabes cuándo se puede utilizar una imagen y cuándo no? ¿Qué es el Copyright, el Copyleft, el Creative Commons? Aprende los aspectos legales básicos del Social Media y ahórrate futuros problemas.

Analítica

Aprenderemos a medir nuestra actividad en los entornos digitales y a convertir toda esa información en valor para nuestro proyecto. Este módulo destinado a conocer y saber manejar herramientas que nos ayudaran a medir la actividad de forma periódica desde una visión global y una perspectiva estratégica, y a plasmar los resultados en informes para extraer conclusiones útiles.

Marca Personal

¿Qué aparece cuando la gente busca tu nombre en Google? ¿Quieres ser un referente en tu sector? Descubre cómo crear una marca personal diferenciada.

Gestión de la reputación online - Gestión de crisis

¿Qué es la Reputación Online corporativa? ¿Qué papel juega Google en la gestión de la reputación online? Pasos para gestionar nuestra reputación online y hacer frente a eventuales situaciones de crisis.

Nethunting

En un entorno donde cualquiera puede publicar contenido en la red, ¿qué debemos hacer para encontrar la información relevante?, ¿dónde está el contenido de valor?, ¿y los líderes / influencers?, ¿qué es innovador y que no? En este módulo se aprenderá a hacer nethunting, veremos cómo realizar una búsqueda para encontrar información útil y seleccionar fuentes de información relevantes.

Social Media Marketing

Sesión que nos servirá para entender mejor qué es SEO y donde aprenderemos pautas para redactar contenido que resulte bien posicionado en buscadores, explicaremos también técnicas de SMO (Social Media Optimization), Marketing y publicidad online (SEM).

Blogging

¿Qué papel juegan los blogs en una estrategia de Social Media? Se enseñará a montar un blog (Wordpress).

Influencers

Las marcas necesitan de los prescriptores / influencers para hacer llegar su mensaje a un target cada vez más y más complejo. Aprende a desarrollar una estrategia de marketing con influencers para tener una mejor presencia de marca en las plataformas sociales.

Social ADS

Como crear y planificación campañas de publicidad en Facebook, Twitter e Instagram, definiendo objetivos, calendarios, mensaje y presupuesto.

Creatividad en Social Media

En las redes sociales debemos atraer, seducir, entretener, ser algo que merezca la pena ver, escuchar, sentir, que sea relevante y digno de compartir, ¿cómo la creatividad nos ayudará a que nuestra marca sea aceptada, visitada y atendida?

Marketing Visual y creatividad en Redes Sociales

Herramientas para aplicar la creatividad en las redes sociales.

LinkedIn y social selling

Aprende a sacar partido de la red profesional por excelencia y crea tu propia marca de éxito.

Estrategias combinadas

En redes sociales Snapchat, WhatsApp, Instagram, Twitter y Persicope.

Cómo generar ingresos y beneficios a través de la gestión coherente de redes sociales

Como monetizar las redes sociales de una empresa, oportunidades de negocios.

Materiales necesarios para el curso

Se recomienda la utilización de un ordenador portátil.

Coordinador del curso

Cada curso de verano cuenta con el asesoramiento de un especialista en el tema, que tiene un rol activo en el desarrollo del plan de estudios y los contenidos del curso en colaboración con el departamento de didáctica del Área Master. El coordinador apoya también la incorporación de docentes específicos del sector, así como la relación con las empresas e instituciones del área de conocimiento del curso.

José Miguel Serra Huelin

<https://es.linkedin.com/in/josemiguelserra/es>

Equipo docente de la edición anterior

La estructura docente está formada por profesionales activos, en los distintos ámbitos de referencia, garantizando la actualización permanente en cada edición, y la pertinencia de los contenidos de las clases para su aplicación en el mercado laboral.

Armando “Mando” Liussi Depaoli

<https://es.linkedin.com/in/armandoliussi/es>

Barbara Montaner

<https://www.linkedin.com/in/bbmontaner/es>

Àlex Morell

<https://www.linkedin.com/in/alexmorellf>

Pedro Rojas Aguado

<https://www.linkedin.com/in/pedrorojasa/es>

<http://pedrorojas.es/>

Cristina Ylla

<https://www.linkedin.com/in/cristinaylla>

Xesca Bauzá

<https://es.linkedin.com/in/xesca-bauzà-vegara-8545443b>

Iolanda Mora

<https://www.linkedin.com/in/iolandamora/>

La Dirección del Instituto europeo de Design se reserva el derecho de modificar el plan de estudios en función de las exigencias que puedan surgir en relación a los objetivos didácticos.