

El objetivo principal de este curso es que el alumno conozca todos los aspectos relacionados con las redes sociales, que adquieran los conocimientos necesarios relativos de la profesión de Community Manager, figura importante dentro de este sector, además adquirir los conocimientos más importantes sobre el posicionamiento SEO, SEM y SMO.

Al finalizar este curso el alumno será capaz de:

- Definir las aptitudes y funciones de la figura del Community Manager, así como tener presente nociones legales que le afecten.
- Conocer a fondo las herramientas y estrategias que se utilizan para la gestión de la marca online.
- Crear y gestionar un blog corporativo.
- Conocer la evolución y herramientas, tanto de la web y el social media.
- Solventar una crisis con éxito y conocer qué tipo de amenazas nos podemos encontrar en la red.
- Saber diferenciar correctamente entre los conceptos básicos de posicionamiento: SEO, SEM, SMO, etc.
- Conocer los factores positivos y negativos del posicionamiento web.
- Aprender a utilizar herramientas SEO para dominar el Keyword Research.
- Conocer las estrategias de posicionamiento SEO y SEM.
- Conocer todos los detalles que engloban a Google Ads para saber diseñar y desarrollar campañas.
- Aprender a optimizar correctamente una página web.
- Conocer los aspectos relevantes de la analítica web mediante la herramienta gratuita de Google: Google Analytics.

UNIDAD 1. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

UNIDAD 2. HERRAMIENTAS DEL COMMUNITY MANAGER

UNIDAD 3. WEB 2.0 Y SOCIAL MEDIA

UNIDAD 4. FACEBOOK COMO PARTE DE LAS ACCIONES DEL COMMUNITY MANAGER

UNIDAD 5. HERRAMIENTAS PARA TENER ÉXITO EN FACEBOOK

UNIDAD 6. CÓMO AFRONTAR UNA CRISIS 2.0

UNIDAD 7. CONCEPTOS BÁSICOS DE POSICIONAMIENTO

UNIDAD 8. SEO VS SEM A LA HORA DE ELABORAR NUESTRA ESTRATEGIA

UNIDAD 9. GOOGLE ADS SEM Y MOTORES DE BÚSQUEDA

UNIDAD 10. OPTIMIZACIÓN DE PÁGINAS WEB (I)

UNIDAD 11. OPTIMIZACIÓN DE PÁGINAS WEB (II)

UNIDAD 12. ANALÍTICA WEB