

info@centro-cee.com
asesora@centro-cee.com



MÁSTER EN SOCIAL MEDIA MANAGER STRATEGY

TEMA 1: REDES SOCIALES 2.0

LA WEB 2.0

1. ¿Qué es la Web 2.0?
2. Nuevos conceptos de la Web 2.0
3. Web 2.0: Aplicaciones
4. Principales Ventajas de la Web 2.0
5. Web 3.0

WEB 2.0: PRINCIPALES APLICACIONES

1. Introducción
2. Elementos de la Web 2.0: Blogs, webs, wikis
3. Marcadores sociales
4. Aplicaciones tecnológicas para la comunicación y el desarrollo en línea
5. Alojamiento de archivos
6. Desarrollo del usuario 2.0

WEB 2.0 Y REDES SOCIALES DE HOY EN DÍA

1. Análisis de los usuario de Internet en España
2. Perfil de Usuario/a 2.0
3. Participación del usuario con la web 2.0
4. Usabilidad y accesibilidad
5. Web 2.0: Utilidades en Educación

REDES SOCIALES: PRINCIPALES APLICACIONES

1. Orígenes de las redes sociales
2. ¿Qué son las redes sociales?
3. Principales conceptos de las redes sociales
4. Redes sociales: Servicios principales
5. Redes sociales: Importancia e impacto
6. Redes sociales como profesión
7. Redes sociales: Pros y contras

REDES SOCIALES: CLASIFICACIÓN

1. Tipos de redes sociales
2. Redes sociales dirigidas a un público genérico
3. Redes sociales orientadas a gustos e intereses

REDES SOCIALES MÓVILES

1. Los dispositivos móviles y las redes sociales
2. Clasificación de redes sociales móviles
3. Principales peligros de las redes sociales móviles

REDES SOCIALES: RECOMENDACIONES DE USO

1. Principios de uso
2. Twitter: Principales consejos de uso
3. 2.2 ¿Qué es el Timeline?
4. Crear cuenta Twitter
5. Página de usuario
6. Twitter en negocios

REDES SOCIALES: RESPONSABILIDADES LEGALES

1. Redes Sociales: Servicios prestados por internet
2. Protección de Datos de Carácter Personal
3. Seguridad en la Privacidad, Honor, Intimidad y Propia Imagen
4. Propiedad Intelectual
5. Consumidores y usuarios: Protección
6. Redes sociales: Incidencias Legales
7. Redes sociales: Colectivo vulnerable Menores e incapaces

TEMA 2: COMMUNITY MANAGER

1. Definición de Community Manager
2. Community Manager: Tareas
3. Personalidad del Community Manager
4. Community Manager: el trabajo de cada día
5. Responsabilidades del Community Manager
6. Clasificación de Community Manager

LAS REDES SOCIALES. EL COMMUNITY MANAGER

1. Introducción
2. Qué es un Community Manager o Social Media Manager
3. Acciones realizadas en los medios sociales

4. Tipos de redes en función de lo que el usuario puede realizar en ellas
5. Herramientas utilizadas en las redes sociales
6. Conectarse a una red social
7. La privacidad
8. Recomendaciones De La Agencia Española De Protección De Datos

MONITORIZAR, ANALIZAR Y MEDIR LAS REDES SOCIALES: HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS

1. Introducción
2. Acciones no convencionales
3. Acciones convencionales

LAS REDES SOCIALES EN EL PLAN DE MARKETING

1. Introducción
2. Qué objetivos se pretenden
3. Diferentes opciones de presencia en los medios sociales
4. Elaboración del Plan de Marketing en Redes Sociales
5. Recomendaciones
6. Empresas especializadas

LAS REDES SOCIALES Y LA COMUNICACIÓN: SU ANÁLISIS COMO MEDIO Y COMO SOPORTE PUBLICITARIO

1. Introducción
2. Los usuarios de los medios sociales
3. Actitud ante la publicidad
4. Las Redes Sociales como medio de comunicación empresarial
5. Errores de la comunicación empresarial en redes sociales
6. Casos de éxito y fracaso de Relaciones Públicas en Redes Sociales
7. Las redes como soporte publicitario

CONSTRUIR RELACIONES: EL NUEVO MARKETING RELACIONAL

1. Internet y el marketing de relaciones
2. Marketing relacional
3. Marketing one to one
4. Plan de marketing relacional
5. Características del marketing relacional
6. Principios del Marketing relacional
7. Marketing relacional y redes sociales

info@centro-cee.com
asesora@centro-cee.com

CREATIVIDAD Y REDES SOCIALES

1. La creatividad
2. Apuesta por las redes sociales
3. Campañas de marketing creativas
4. Casos de éxito en España

LOS BLOGS

1. Introducción
2. Principales características de los blogs
3. Elementos de un blog
4. Ejemplos de blogs
5. Crear tu propio blog
6. El blog como herramienta de branding personal

DESCRIPCIÓN DE LAS PRINCIPALES REDES SOCIALES

1. Panorama actual de las redes sociales
2. Myspace
3. YouTube
4. Facebook
5. Twitter
6. Habbo
7. LinkedIn
8. Xing
9. Google+
10. Pinterest
11. Vimeo
12. Instagram
13. Flickr
14. Foursquare

MOBILE SOCIAL MEDIA: LOS SMARTPHONES

1. Los smartphones
2. El potencial del móvil para las redes sociales
3. Ejemplo de aplicaciones móviles para conectarse a redes sociales
4. Del Social Media al Social Media Móvil

TEMA 3. REDES SOCIALES: OPTIMIZACIÓN

1. Redes sociales : Promociones especiales
2. Cuidar la relación con tus fans
3. Elegir la red social ideal para tu empresa
4. Centrarse en las redes sociales ideales para nuestra marca
5. Obtener el máximo rendimiento a las redes sociales
6. Motivación de los usuarios

POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

1. Buscadores
2. SEO
3. Ventajas del SEO
4. Desventajas del SEO
5. **Relevancia de los resultados**
6. **Posicionamiento penalizado - Black Hat**

ELECCIÓN DE PALABRAS CLAVES

1. Las palabras clave
2. Elección de las palabras clave
3. Analizar el tráfico que recibe el sitio web

¿DÓNDE UTILIZAR LAS PALABRAS CLAVE?

1. Introducción
2. Nombre de dominio
3. Nombre de secciones y URLs de las páginas
4. Títulos de las páginas
5. Contenido de la página
6. Las etiquetas <META>

ENLACES

1. Enlaces DoFollow y NoFollow
2. PageRank
3. Enlaces externos
4. Alta en directorios
5. Marcadores sociales o "social marker"
6. Redes sociales
7. Mapa del sitio. Sitemap
8. Enlaces internos

CONTENIDOS DIFÍCILES DE POSICIONAR

1. El contenido es el rey
2. El archivo robots.txt
3. Imágenes
4. Flash

ANÁLISIS DE LAS ESTADÍSTICAS DE ACCESO

1. Tipos de aplicaciones de análisis
2. Herramientas de análisis de LOGs. Ejemplo: AWStats
3. Servicio online externo. Ejemplo: Google Analytics

HERRAMIENTAS DE GOOGLE ADWORDS

1. Introducción
2. Registrarse en Google Adwords
3. Crear la primera campaña
4. Elementos de la aplicación

TEMA 4: IDENTIFICAR LA EFICACIA EN SOCIAL MEDIA

1. Características a tener en cuenta para medir la eficiencia en Social Media
2. ¿Cómo medir las conversiones en los Social Media?
3. Social Media Plan ideal para tu empresa
4. Principales usos de Social Media Marketing para potenciar nuestros ingresos
5. Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6. Principios básicos de medición del retorno de la inversión
7. Midiendo el retorno de inversión de una campaña de Mailing

VIDEOTUTORIALES REDES SOCIALES

1. Internet y la web
2. Web 2.0
3. Blog
4. Redes sociales
5. El botón me gusta y perfiles de Facebook
6. Google
7. Tweets, Timeline, Hashtag, Trending topics
8. Alta en LinkedIn

TEMA 5: HTML / XML

HTML

1. Introducción
2. Estructura básica de un documento HTML
3. Comandos básicos de HTML
4. Editores HTML gráficos
5. Editores HTML sencillos

XHTML

1. Introducción
2. XHTML respecto a HTML 4.01
3. Estructura del XHTML
4. El tipo de documento
5. El elemento raíz (<html>)
6. La cabecera (<head>)
7. El cuerpo del documento (<body>)
8. Etiquetas básicas
9. Listas
10. Imágenes
11. Tablas
12. Formularios
13. Validación del XHTML

HOJAS DE ESTILO CSS

1. Introducción a CSS
2. Declaraciones o reglas CSS
3. Medidas y colores en CSS
4. Los selectores
5. El modelo de cajas
6. Principales propiedades
7. Mozilla Firefox como plataforma de desarrollo CSS

BASES DE XML

1. Introducción
2. XML respecto a otras tecnologías
3. Características
4. Estándares de XML (1.0)
5. Objetivos de XML
6. Etiquetas de XML
7. Estructura básica de un XML
8. DTDs en XML
9. Los atributos de los elementos
10. Otros componentes de XML
11. Definición y funcionalidad
12. Declaraciones de las DTD
13. Elementos
14. Atributos
15. Entidades
16. Notaciones

DOCUMENT OBJECT MODEL

1. Introducción
2. Estructura de un árbol DOM
3. Uso de DOM
4. Objetos más comunes
5. Nodos
6. Objeto window
7. Objeto document
8. Objeto element
9. CSS2 y DOM Nivel 2: CSS desde DOM

XPATH

1. Introducción
2. XPath en lenguaje de script
3. Cabecera de evaluate
4. Resultado de evaluate
5. Expresiones XPath
6. Uso de XPath