

DADES GENERALS

| | |
|--------------------------|--|
| Curs acadèmic | Curs 2023/2024 |
| Tipus de curs | Expert Universitari |
| Nombre de crèdits | 15,00 Crèdits ECTS |
| Matrícula | 669 euros (import preu públic) |
| Requisits d'accés | Professionals titulats que desitgen fer un salt en la seua carrera, afrontant nous reptes i aportant més valor afegit a la seua empresa i llicenciats/graduats en general que vulguen aprofundir en l'àrea de màrqueting digital. T També poden accedir alumnes que estiguen cursant el seu últim any de carrera i tinguen arracades un màxim del 10% crèdits per a aconseguir el títol condicionats a aprovar-los en el mateix curs acadèmic |

| | |
|--------------------------|--|
| Modalitat | On-line |
| Lloc d'impartició | |
| Horari | Modalitat asíncrona, sense horaris ni dies concrets, tan sols a tenir en compte la data d'inici i la data fi del curs. |

Direcció

| | |
|---------------------|---|
| Organitzador | Departament de Comercialització i Investigació de Mercats |
| Direcció | Silvia Sanz Blas Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València Ángel del Castillo Rodríguez Profesor/a Asociado de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València |

Terminis

| | |
|------------------------------|-----------------|
| Preinscripció al curs | Fins a 06/02/24 |
| Data inici | Febrer 24 |
| Data fi | Setembre 24 |

Més informació

| | |
|----------------|--|
| Telèfon | 961 603 000 |
| E-mail | informacio@adeituv.es |

PROGRAMA

El Community Manager

- ..1.- INTRODUCCIÓ
 - EL NOU ÀMBIT TECNOLÒGIC
 - QUÈ ÉS AERCO?
- 1.2.- EL COMMUNITY MANAGER
 - QUÈ ÉS UN **COMMUNITY MANAGER?
 - QUÈ NO ÉS UN **COMMUNITY MANAGER?
 - TIPUS DE COMMUNITY **MANAGER
 - PERFILS PROFESSIONALS DEL MÀRQUETING EN LÍNIA
 - DIFERÈNCIA ENTRE UN MITJÀ SOCIAL MANAGER I UN COMMUNITY MANAGER
 - ERRORS COMUNS
- 1.3.- EL COMMUNITY MANAGER EN ACCIÓ
 - EL TREBALL D'UN COMMUNITY MANAGER
 - MANUAL ÈTIC D'UN COMMUNITY MANAGER
 - EL PERFIL D'UN COMMUNITY MANAGER
 - APTITUDS I ACTITUDS D'UN COMMUNITY MANAGER
 - PERQUÈ NO TOTS SÓN IGUALS
 - HABILITATS SOCIALS D'UN COMMUNITY MANAGER
 - GESTIÓ DE LA REPUTACIÓ EN LÍNIA

1.4.- REPUTACIÓ EN LÍNIA

- DEFININT LA REPUTACIÓ EN LÍNIA
- IMPORTÀNCIA D'UNA BONA REPUTACIÓ
- FASES DE LA REPUTACIÓ EN LÍNIA
- COSTOS
- INTENTAR PREVENIR ELS MISSATGES NEGATIUS
- EINES DE MONITORATGE
- RISCOS I IMPLICACIÓ SOCIAL
- GESTIÓ DE LA REPUTACIÓ EN LÍNIA

1.5.- AGENDA I RESPONSABILITATS

- EL DIA A DIA D'UN COMMUNITY MANAGER: UN EXEMPLE REAL
- EL PLA D'ACCIÓ
- FUNCIONS D'UN COMMUNITY MANAGER
- LES 4 RS

1.6.- SER COMMUNITY MANAGER

- EL COMMUNITY MANAGER: UNA PROFESSION DE FUTUR
- EL DIA DELS COMMUNITY MANAGER
- QUANT HA DE GUANYAR UN COMMUNITY MANAGER?
- EINES PER A UN COMMUNITY MANAGER
- Eines bàsiques generals
- Eines personals
- Eines d'administració i gestió
- Eines de productivitat
- Eines de monitoratge i per a les plataformes socials

1.7.- COMMUNITY MANAGERS: EXEMPLES

1.8.- CAS D'ÈXIT: PARANORMAL ACTIVITY: ÈXIT 2.0

Màrqueting Digital

2.1.- SEARCH ENGINEOPTIMIZATION (SEU)

- QUÈ SÓN ELS CERCADORS I COM FUNCIONEN
- ELS CERCADORS COM A MITJÀ DE CAPTACIÓ DE VISITES
- POSICIONAMENT EN CERCADORS I PRINCIPALS XARXES
- FACTORS SEU ONPAGE/ OFFLINE
- FACTORS SEU OFFPAGE/ EN LÍNIA
- NOVES POSSIBILITAT DEL SEU AMB GOOGLE SHOPPING
- ESTRATÈGIA SEM-SEU
- LA IMPORTÀNCIA DE LES PRIMERES POSICIONS

2.2.- ELS NOUS DOMINIS COM A PLA DE POSICIONAMIENTO EN LÍNIA

- DEFINICIÓ DE DOMINI
- QUI S'ENCARREGA DE LA CORRINACIÓ DELS NOMS DE DOMINI?
- ELS NOUS DOMINIS
- ELS NOUS DOMINIS COM A PLA DE POSICIONAMENT EN LÍNIA

2.3.- GESTIÓ AVANÇADA DE LES SOCIAL NETWORKINGTOOLS. GESTIÓ D'UNA CAMPANYA DE PUBLICITAT EN LÍNIA.

- XARXES SOCIALS: QUÈ SON I TIPUS
- EL PODER DE COMUNICACIÓ DE FACEBOOK
- FIDELIZAR I CREAR PROMOCIONS (ANUNCIS)
- GOOGLE MY BUSINESS
- GOOGLE PLUS
- MÀRQUETING VIRAL: QUÈ ÉS I REGLES PER A UNA MASSIVA DIFUSIÓ

2.4.- EARCH ENGINE MÀRQUETING (SEM)

- CONCEPTES BÀSICS DEL SEM
- GOOGLE ADWORDS. QUÈ ÉS I COM FUNCIONA.
- TIPUS DE CAMPANYES EN GOOGLE ADWORDS: CERCA, DISPLAY & SHOPPING.
- CAMPANYES DE VÍDEO & YOUTUBE
- EINES: GOOGLE EDITOR, BUSINESS MANAGER DE FACEBOOK.

Mitjà social

3.1.- EMAIL MÀRQUETING

- INTRODUCCIÓ A LES CAMPANYES D'EMAIL
- PLATAFORMES D'EMAIL MÀRQUETING: MAILCHIMP, ACCUMBAMAIL,
- ESTRATÈGIES D'EMAIL MÀRQUETING
- AUTOMATITZACIÓ E EMAIL MÀRQUETING

3.2.- DISSENY WEB

- ELEMENTS I DECISIONS EN LA CREACIÓ DE LA WEB
- ACCESSIBILITAT WEB
- DESENVOLUPAMENT WEB
- ELECCIÓ DE LA TECNOLOGIA

PROFESSORAT

Ángel del Castillo Rodríguez

Profesor/a Asociado de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

Lorena Romero Ferri

Diplomada en Relaciones Laborales

Silvia Sanz Blas

Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

OBJECTIUS

Les sortides professionals que té el curs són:

Consultor digital, Director de l'Estratègia Digital, Community manager, Mitjà social Manager, responsable de la gestió de la reputació en línia, estratègia digital de marca i aplicació de RRSS en els negocis. Responsable de la presència i anàlisi en línia d'una marca.

L'objectiu del curs és dotar als alumnes dels coneixements necessaris i eines existents per a poder gestionar de manera eficaç la reputació en línia d'una marca o organització present o futura, tenint el coneixement base de què és un community manager i la importància que té en la situació actual i futura.

METODOLOGÍA

Metodología innovadora a través de l'Aula Virtual en modalitat asíncrona i avaluació contínua.