

DADES GENERALS

Curs acadèmic

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 06/02/2024
Data inici	Febrer 2024
Data fi	Setembre 2024

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 PROFESSIONI 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.