

# CURSO “TU EMPRESA EN INTERNET: COMMUNITY MANAGER”

PROYECTO AVANZA 2012-2013



[www.gestion10.com](http://www.gestion10.com)

Gestión de Personal y Formación, s.l.

C/General Prieto, 14 03804 ALCOY (Alicante)

Tel. 96 652 60 40 – 687 510 025 Fax. 96 652 60 40

e-mail: [gestion10@gestion10.com](mailto:gestion10@gestion10.com) skype: paula\_g10

 [CONTENIDOS]

<b>TU EMPRESA EN INTERNET: COMMUNITY MANAGER</b>	<b>2</b>
<b>ALUMNOS</b>	<b>3</b>
<b>CONTENIDOS DEL CURSO</b>	<b>4</b>
<b>MÓDULO 1. “Estrategias del Comercio en Redes Sociales”</b>	<b>4</b>
<b>MÓDULO 2. Vigilancia Estratégica. Monitorización de la red con herramientas gratuitas como estrategia de información para la empresa.</b>	<b>7</b>
<b>MÓDULO 3. Herramientas 2.0 para la empresa. Productividad y eficiencia 2.0</b>	<b>9</b>
<b>DOCENTES DEL CURSO</b>	<b>12</b>
<b>ANA CARRAU MÍNGUEZ</b>	<b>12</b>
<b>FRANCISCO J. BELLVER MONZÓ</b>	<b>13</b>
<b>ALEJANDRO MELERO ZABALLOS</b>	<b>14</b>

# Tu empresa en Internet: Community Manager

PROYECTO AVANZA 2012-2013

“**Tu empresa en Internet: Community Manager**” es un curso semipresencial de 180 horas de duración:

- 60 horas presenciales impartidas en sesiones semanales de 5 horas
- 120 horas online, impartidas a través de una plataforma virtual de formación

El curso consta de 3 módulos independientes descritos en los puntos finales de esta memoria.

- **Gestión de Redes Sociales en la empresa**

- 20 horas presenciales
- 80 horas online

- **Vigilancia Estratégica 2.0**

- 20 horas presenciales
- 20 horas online

- **Herramientas 2.0 para la empresa**

- 20 horas presenciales
- 20 horas online

# Alumnos

## PROYECTO AVANZA 2012-2013

Los participantes en los cursos del Plan Avanza tienen que ser:

- Trabajadores en activo de PYMES españolas

Para que un alumno sea válido:

- Ha de asistir al menos al 80% de las sesiones presenciales de cada uno de los módulos.
- Ha de aportar la siguiente documentación:
  - Fotocopia del DNI
  - Fotocopia de la cabecera de la nómina o del recibo de autónomo del mes en el que comienza cada módulo
  - Ficha de inscripción cumplimentada (modelo facilitado por Gestión 10)
  - Certificado Profesional TIC cumplimentado (modelo facilitado por Gestión 10)
- Debe realizar TODOS los test de cada módulo en la PLATAFORMA ON LINE.

El número de alumnos por curso es entre 25 y 32.

**EL CURSO ES GRATUITO.**

# Contenidos del curso

PROYECTO AVANZA 2012-2013

## MÓDULO 1. “ESTRATEGIAS DEL COMERCIO EN REDES SOCIALES”

Este curso pretende introducir al profesional en el entorno de la nueva comunicación, mostrarle las ventajas que el entorno de las redes sociales le ofrece para la consecución de sus objetivos empresariales, y formarle en el óptimo manejo de todas las herramientas que pone a su alcance para optimizar sus procesos comerciales, comunicativos y productivos. Este curso ofrece al alumno, y por extensión a la empresa, las claves para un posicionamiento más competitivo en el mercado en el que trabaja, y le abre las puertas de nuevas oportunidades para posicionarse en nuevos mercados.

El curso trata de que los profesionales conozcan el lenguaje en el entorno de las redes sociales, como usarlo y los métodos para buscar información en redes sociales. Entre las numerosas ventajas competitivas hay dos fundamentales: gestionar el conocimiento –entendido como la capacidad de aprovisionarse de información actualizada y las tendencias del mercado- y posicionarse en el mercado online, basándose en dicho conocimiento y en las herramientas tecnológicas más adecuadas.

Con este curso, el alumno podrá acudir a Internet para gestionar el conocimiento, encontrar fuentes y posicionará su empresa/marca en Internet con una metodología comunicativa.

Los talleres prácticos están supervisados y dirigidos a través de una plataforma online para teleformación.

### **Bloque 1.- Consideraciones generales**

Definición de Redes Sociales

Concepto de marketing-mix

Integración de las Redes Sociales

Tipos de Redes Sociales

Bases del marketing en las Redes Sociales

Cuestionario: Consideraciones generales

## **Bloque 2.- Organización del trabajo en Redes Sociales**

Introducción

Escuchar

Planificar la estrategia

Crear compromiso

Medir y evaluar

Definir una rutina

Cuestionario: Organización del trabajo en Redes Sociales

## **Bloque 3.- Medición de la estrategia en Redes Sociales**

Introducción

Definir el objetivo

Monitorización

Plan de contingencia

Herramientas para el análisis del Social Media

Cuestionario: Medición de la Estrategia en Redes Sociales

## **Bloque 4.- Uso de las principales Redes Sociales**

Facebook

Twitter

Vídeo marketing en YouTube

Estrategias en YouTube para generar tráfico en su página web

Linkedin

Cuestionario: Uso de las principales Redes Sociales

## **Bloque 5.- Valoración de los contactos en las Redes Sociales**

Cuánto vale cada fan de la página Facebook

Cuánto vale cada seguidor de Twitter

Cuestionario: Consideraciones generales

## **Bloque 6.- La necesidad de crear un blog**

Introducción

Selección de la plataforma de blog

Plugins recomendados para usar con Wordpress

Explotación del blog corporativo

Trucos para potenciar la visibilidad del blog

Cuestionario: La necesidad de crear un blog

### **Bloque 7.- Éxito y errores en Social Media**

Introducción

Estrategia de blogging

Presencia en Facebook

Presencia en Twitter

Presencia en YouTube

Resumen caso de éxito

Errores de gestión de la reputación en Redes Sociales

Cuestionario: Éxito y errores en Social Media

### **Bloque 8.- Otras aplicaciones de marketing en Social Media**

Marketing mobile

Qué es el Marketing viral

Cómo funciona el Marketing viral

Elementos de una estrategia del Marketing viral

Técnicas de Marketing viral

Elementos que componen una campaña de Marketing viral

Ingredientes que potencian un mensaje de Marketing viral

Cómo construir un mensaje viral eficaz

Cuestionario: Otras aplicaciones de marketing en Social Media

### **Bloque 9.- Community manager**

Definiciones

Perfil y funciones específicas del Community Manager

Las 7 Ces del Community Manager

Cuestionario: Community manager

Cuestionario: Cuestionario final

## MÓDULO 2. VIGILANCIA ESTRATÉGICA. MONITORIZACIÓN DE LA RED CON HERRAMIENTAS GRATUITAS COMO ESTRATEGIA DE INFORMACIÓN PARA LA EMPRESA.

Este curso se ha desarrollado este curso para formar a profesionales en la Gestión de la información en la empresa, dirigido a facilitar la toma de decisiones estratégicas y de innovación.

La Inteligencia Competitiva o Vigilancia Estratégica se ha convertido en una de las prácticas mejor consideradas para recoger información externa y han pasado a ser parte fundamental del proceso de dirección estratégica. Actualmente, el 45% de las multinacionales dispone de un sistema de investigación competitiva, que en general está vinculado al departamento de marketing o de I+D.

La Vigilancia Estratégica es un proceso ético y sistemático de recolección de información, análisis y difusión pertinente, precisa, específica, oportuna y activa, acerca del ambiente de negocios, de los competidores y de la propia organización hacia la toma de decisiones para identificar oportunidades de mejora en sus procesos productivos, focalización de mercado y características de productos.

Tras introducir al alumno en los conceptos fundamentales de la Inteligencia Competitiva, el curso se centra en explicar de forma práctica, con numerosos ejemplos, qué se puede hacer con diferentes herramientas de extracción avanzada, análisis, clasificación y difusión de información, para poner en marcha un sistema de vigilancia de información empresarial con diferentes aplicaciones.

El alumno conocerá los conceptos básicos de la función de Inteligencia Competitiva, qué herramientas, gratuitas y de pago, ofrece el mercado y qué se puede hacer para sistematizar la vigilancia estratégica.

Las herramientas explicadas son de bajo coste o gratuitas, fáciles de usar y mantener, y no requieren programación.

Los profesores profesionales en la materia compartirán sus conocimientos por medio de casos, ejemplos y ejercicios durante las sesiones del programa.

Se pretende mejorar la Gestión de la información en la empresa mediante un proceso sistemático de recogida y análisis de la información sobre el entorno empresarial dirigido a facilitar la toma de decisiones correctas.



**Bloque 1.- ¿Qué es la vigilancia estratégica?**

Proceso de recogida de información

¿Qué podemos y debemos vigilar?

La tecnología que puede afectar a nuestra empresa.

Fuentes de información

Automatización de la recogida.

Tratamiento de la información

Difusión en la empresa

**Bloque 2.- Internet como fuente de noticias**

Google. Herramientas selectivas

RSS. Sindicación de contenidos para el seguimiento y la gestión de información.

Agentes de monitorización web.

Alerta de google

I-Google

rss

Lectores RSS

Rastreadores de noticias, localizadores de nuevo contenido

Webs sin RSS

Trackers

Capturadores Web

Extensiones o bookmark

**Bloque 3.- Herramientas básicas de difusión y reporting**

Wikis (docs, calendar, servidores)

Blogs

Gestión del conocimiento 2.0

**Bloque 4.- Branding de la empresa en Internet**

Caso práctico. Monitorización de la reputación digital de tu empresa.

## MÓDULO 3. HERRAMIENTAS 2.0 PARA LA EMPRESA. PRODUCTIVIDAD Y EFICIENCIA 2.0

Se ha desarrollado este curso para formar a profesionales en la empresa en herramientas 2.0. Las organizaciones necesitan más que nunca especialistas en el entorno de la Web 2.0 y es necesario un reciclaje en los profesionales actuales porque nunca acabaremos de formarnos en estas cuestiones.

Este Curso responde a la necesidad de formarse en un entorno de reciente pero muy rápido desarrollo, con un crecimiento exponencial. Entender estos nuevos contextos de comunicación es un imperativo para poder desarrollar nuestras estrategias de empresa.

En él, se explica de forma práctica y con numerosos ejemplos, cómo se puede mejorar nuestra eficiencia en la empresa con diferentes herramientas gratuitas que hay en internet y en el mercado para mejorar nuestras capacidades y la rapidez de respuesta para acciones ya normales en el día a día de la empresa.

Además busca presentar de qué manera la Web 2.0 fomenta la colaboración y la interacción en el seno de la empresa, buscando adaptar los recursos humanos a las innovaciones tecnológicas y a las nuevas formas de organización del trabajo reforzando el nivel de cualificación.

El alumno conocerá qué herramientas y aplicaciones gratuitas ofrece el mercado para mejorar la productividad profesional. Desde sistemas de comunicación eficientes hasta gestión y organización de contenidos. Las herramientas explicadas son gratuitas, fáciles de usar y mantener, y no requieren programación.

Los profesores profesionales en la materia compartirán sus conocimientos por medio de casos, ejemplos y ejercicios durante las sesiones del programa.

Se pretende mejorar la eficiencia y eficacia de los profesionales en la empresa mediante el uso de herramientas gratuitas 2.0 que existen en el mercado y que mejoran la eficacia de los procesos y en las labores cotidianas del trabajo empresarial.

Este curso busca aportar a los asistentes las herramientas necesarias para el desarrollo y la aplicación de estrategias y tácticas relacionadas con el papel de la empresa en la Web 2.0. Al finalizar este curso, tendrá una visión clara sobre las herramientas 2.0, sus aplicaciones, posibilidades y manejo para su aprovechamiento empresarial.

Los objetivos específicos del curso son:

- Manejar las herramientas on line presentadas
- Conocer herramientas de mejora de rendimiento
- Aprender la Búsqueda mejorada de herramientas
- Sistemas de mejora del rendimiento
- Herramientas gratuitas que mejoran la imagen de la empresa
- Manejar el RSS y los feeds en los agregadores de noticias.
- Aprender la incidencia de las redes sociales en la vida personal y el ámbito profesional.
- El papel de las wikis en la construcción del conocimiento.
- Profundizar en los recursos multimedia básicos que nos ofrece la red.
- Comprender la importancia de estar presente en la red.

#### **Bloque 1.- ¿Qué es la web 2.0?**

Importancia y ventajas como canal de comunicación y networking

La web 2.0: un centro para intercambiar información en permanente construcción

La filosofía mashup

#### **Internet como fuente de noticias**

Google. Herramientas selectivas

RSS. Sindicación de contenidos para el seguimiento y la gestión de información.

Agentes de monitorización web.

Alerta de google

I-google

rss

Lectores RSS

#### **Rastreadores de noticias, localizadores de nuevo contenido**

Webs sin RSS

Trackers

Capturadores Web

Extensiones o bookmark

**Herramientas básicas de difusión y reporting**

Wikis (docs, calendar, servidores)

Blogs

Presentaciones y Documentos Online: Slideshare y Scribid

Recursos Audiovisuales: vídeos, fotos y podcasts

**Programas gratuitos**

Programas iguales a los de pago

Programas que mejoran la productividad

**Programas on line gratuitos**

Utilidades en internet (OCR, presentaciones, correo temporal, Envío directo, servidores, descripar pdf...)

Bases de datos on line

**Posicionamiento de la empresa en Internet**

SEO y SEM

Google Adwords

# Docentes del curso

## PROYECTO AVANZA 2012-2013

El personal docente contratado ex profeso para el proyecto son profesionales con una amplia experiencia en la materia tanto por su aplicación profesional como en el mundo de la docencia.

### ANA CARRAU MÍNGUEZ

**Licenciada en Ciencias de la Información** en la especialidad de Periodismo y **Master en Publicidad y Comunicación Empresarial** por la Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing –ESIC– de Madrid. Está especializada en Estrategia y Comunicación Empresarial y trabaja desde abril de 2008 en **Canica Valor Estratégico** (Consultora de Comunicación Estratégica en Valencia) como Directora de Estrategia y, por lo tanto, responsable del planteamiento estratégico de las propuestas y proyectos de la consultora. Es parte responsable en la creación y dinamización de la asociación **Observatorio de los Estrategas** ([www.observatoriodelosestrategas.es](http://www.observatoriodelosestrategas.es)), para el que ha diseñado varios de sus foros y jornadas divulgativas.

Anteriormente trabajó como responsable de Comunicación en **Anima Soluciones Digitales** (Agencia de nuevas tecnologías en Valencia), donde formó y dirigió un equipo de comunicación de 10 personas distribuido en cuatro sedes. Desde este puesto desarrolló una gran experiencia para clientes del sector de las nuevas tecnologías y el sector inmobiliario en su momento de mayor auge, llegando a ser Directora de Comunicación y Marketing durante dos años para una promotora nacional. Cuenta también con experiencia en diversos **medios de comunicación** autonómicos entre los que destaca RTVV, Las Provincias y Levante-EMV.

Ha publicado el artículo de investigación “Marketing en el sector inmobiliario” en la revista especializada Marketing y Ventas (mayo 2008), fue ponente del programa máster en Desarrollos Inmobiliarios de la Universidad Católica de Valencia (mayo 2007), ha participado, también como ponente, en la mesa redonda “Agenda, Mujer y Turismo” organizada en CDT Valencia (noviembre 2008) y en la jornada “Showcase. Museos y Nuevas Tecnologías” de la Universidad de Valencia. Asimismo, es moderadora-presentadora habitual en foros temáticos organizados por el Observatorio

de los Estrategas y ha colaborado con la Cámara de Comercio de Valencia como docente impartiendo clases sobre materias sociales (asertividad y comunicación) y comunicación 2.0 en diversas instituciones de la Comunidad Valenciana.

Es miembro del Club de la Comunicación Estratégica de Valencia (ESTRATEGICOM), del Comité Citymarketing del Club de Marketing Valencia y de la asociación Mujeres Periodistas del Mediterráneo.

Ejerce como docente para la Cámara de Valencia, la Fundación Coso y la Confederación Empresarial Valenciana.

Actualmente está ejerciendo como docente para el curso '**Comunicación 2.0. en Internet: Posicionamiento, Redes Sociales y Reputación Online**' de Centro de Formación Campoamor (Carpescar Levante S.L.) subvencionado por **Plan Avanza Formación** en la convocatoria de 2010.

## FRANCISCO J. BELLVER MONZÓ

**Licenciado en Ciencias de la Información, sección Publicidad y RR.PP.** -Universidad Politécnica de Valencia (C.E.U. San Pablo). Valencia 1989-94-, **Master** en Dirección de Marketing y Gestión Comercial -ESIC (Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing). Valencia 1999-00; Metodología Didáctica, Servicio Valenciano de Empleo (SERVEF) -Fundación Formación y Empresa (CEV-Valencia). 119 horas (septiembre-octubre 2009)

Más de 20 años de experiencia en el área ejecutiva y de clientes en varias empresas de Comunicación y Publicidad (Publip's, Caparros Comunicación). Se incorpora en 1997 al departamento de Comunicación de Ford España SA para dirigir durante 11 años la Comunicación Interna y Corporativas de la multinacional del automóvil en España y con responsabilidades de coordinación en Europa. En 2008 se une al proyecto de Canica Valor Estratégico como Director de Comunicación y de Proyectos ejerciendo como docente para la Cámara de Valencia, la Fundación Coso y la Confederación Empresarial Valenciana.

Actualmente está ejerciendo como docente para el curso '**Comunicación 2.0. en Internet: Posicionamiento, Redes Sociales y Reputación Online**' de Centro de Formación Campoamor (Carpescar Levante S.L.) subvencionado por **Plan Avanza Formación** en la convocatoria de 2010.

## ALEJANDRO MELERO ZABALLOS

**MBA en Marketing y Dirección de Empresas** (Octubre 2004), ESIC Valencia y **Licenciado en Ciencias de la Información.** (Julio 1998) , CEU San Pablo.Universidad Politécnica de Valencia.

**Profesor en cursos sobre:** ¿Cómo crear mi propio entorno de Vigilancia Competitiva y tecnológica con herramientas gratuitas? (30h), Redes sociales e Internet. (12h), Herramientas para el intercambio fluido de información. (20h), Inteligencia Competitiva: Cómo sistematizar la Información Estratégica del Entorno en las organizaciones (40h), La Inteligencia Competitiva en el Día a Día de la Empresa. (60h), Software básico de uso diario para aplicaciones de investigación en World Wide Web. (40h), Búsquedas en Internet más eficientes (12h), Cómo conseguir automáticamente la información que necesitas(20h), Investigar en Internet profesionalmente(15h), Diseño Asistido por Ordenador. (60h)

**Conferenciante en jornadas sobre:** Innovación, herramientas 2.0 para las empresas, innovación en marketing, vigilancia estratégica, marketing en empresas y Diseño Emocional. Profesor en cursos de Creatividad y Vigilancia Estratégica.

**Socio director – consultor estratégico – formador:** INTELECTIVA SOLUCIONES INNOVADORAS es una Consultoría Estratégica en diversas áreas cuyo objetivo consiste en dar servicio a otras empresas y entidades a través de soluciones, tanto técnicas como tecnológicas, de carácter innovador. Entre sus actividades se encuentran dar asesoramiento, formación y soluciones de calidad en temas de gestión empresarial, herramientas de gestión de proyectos, inteligencia competitiva, vigilancia tecnológica, marketing, tecnologías de la información, recursos humanos, mejora de productividad, estrategia, reingeniería de procesos, mejora de la competitividad.

**Formación en nuevas Tecnologías, vigilancia estratégica y herramientas de Internet.** Como formador imparte cursos de Vigilancia Estratégica a través de Internet, de Herramientas de mejora de eficacia en la empresa a través de herramientas de internet gratuitas, realización de páginas web, Redes Sociales (iniciación y estrategia), y marca personal o reputación on-line de la empresa en Internet.

