

CURSO ESPECIALIZADO  
ONLINE EN

# SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

[CEOSMM]



# Curso Especializado Online en Social Media Management

Abre los horizontes y descubre cómo aprovechar la máximo el potencial de las redes sociales tanto en generación de comunidad, audiencias fieles y aspectos relacionados con el engagement, como en materias de performance y conversión. Siendo capaz de manejar ambos aspectos lograrás un customer journey mucho más completo.

<b>Formato</b>	<b>Online</b>
<b>Idioma</b>	<b>Español</b>
<b>Duración</b>	<b>12 semanas</b>
<b>Proyecto final tutorizado</b>	
<b>Examen final</b>	

## COMPETENCIAS

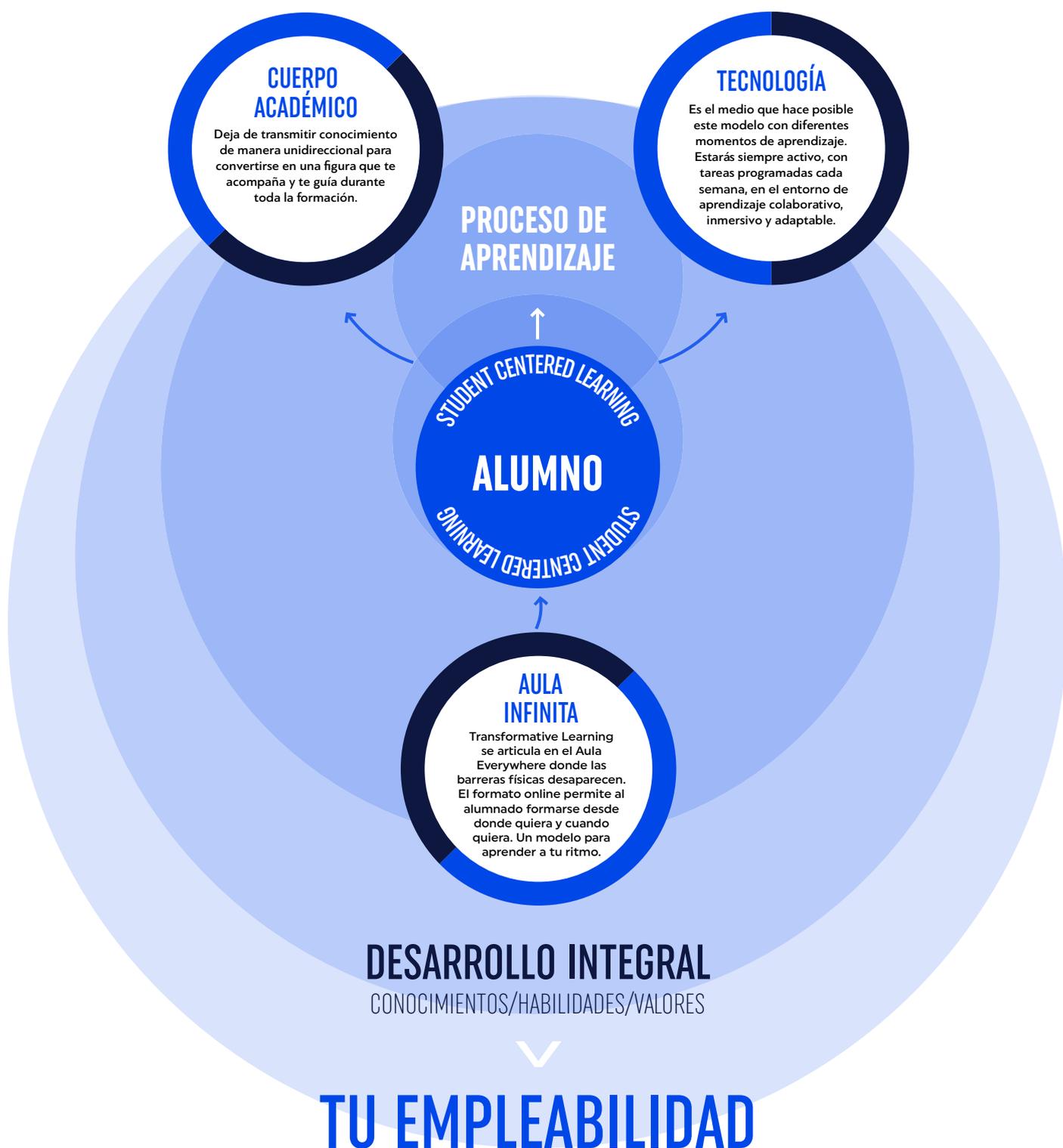
- Diseño y Planificación en una Estrategia de Social Media.
- ORM y listening.
- Twitter: Estrategia y aplicación.
- LinkedIn: marca personal, content e inbound marketing.
- Herramientas de medición y gestión en Social Media.
- YouTube y la importancia del contenido audiovisual.
- Blog.
- Mobile Social Media Applications.

## PERFIL DE SALIDA

- › Responsables y profesionales de marketing, publicidad y comunicación.
- › Social Media Managers.
- › Responsables de eMarketing.
- › Responsables de marketing relacional y CRM/CEM.
- › Responsables de E-commerce.
- › Profesionales de desarrollo de negocio.
- › Profesionales de agencias y consultoras interactivas.



# TRANSFORMATIVE LEARNING



# METODOLOGÍA

## Transformative Learning by ESIC

es un nuevo ecosistema formativo que persigue el desarrollo profesional y personal del alumnado dentro de los máximos estándares de calidad académica, docente y que refuerza la interacción constante entre alumnos, profesorado, la realidad empresarial y otras áreas y servicios de la Escuela.

## ¿En qué consiste?

- 
**Materiales de apoyo asíncrono, vídeos, lecturas, etc.**
  - Documentación
    - Programa completo.
    - Asignación de temas y clases por semana.
    - Documentación elaborada por profesionales del sector.
    - Bibliografía y links de interés.
  - Documentación en Easy Generator
    - Contenidos ONLINE.
    - Descargables en PDF.
    - Indicador y marcador de progreso.
- 
**Autoevaluación**

Al final de cada tema hay un test de autoevaluación para asegurarte que aprendes lo previsto.
- 
**Aplicación de casos de estudios y empresas reales**
- 
**Apoyo tutorizado y feedback**

4 tutorías en directo, una tutoría cada mes, con una de ellas al inicio con la explicación del curso.
- 
**Actividades prácticas y experienciales**
- 
**Sistema de evaluación que combina la demostración de logros individuales y grupales**
- 
**Proyecto final y examen final para la obtención del título**
- 
**Sesiones online sincronicas y asincronicas**
  - Se recomienda asistir a todos los webinars e interactuar con el profesor y los compañeros.
  - Los webinars son sesiones online de una hora aprox. impartidas por un profesional, miembro del consejo de expertos del curso. Estas sesiones tratarán sobre temas o materias relevantes, pudiendo el alumno interactuar con el ponente en tiempo real.
  - Las sesiones serán grabadas y podrás encontrarlos en el aula virtual después de su impartición.
  - Horario habitual entre las 19:00h. y las 21:00h. (hora España).
  - Las fechas y horarios puedes encontrarlas disponibles en el aula virtual desde el 1er día de inicio del curso.
  - En total son 10 webinars durante el curso.

# PROGRAMA

## Estrategia de un Plan de Social Media

- > Recursos y estructura para la puesta en marcha de un proyecto: Roles y modelos de trabajo (interno/outsourcing).
- > Plan de Marketing Social Media.
- > Claves de una buena estrategia digital en Social Media.
- > Definición de tipos de proyecto en función de objetivos de empresa y negocio.
- > Metodología de planificación: Método POST (Forrester).
- > Fases y Hands on lab: Generación de un mapa estratégico de objetivos.
- > Establecimiento de objetivos, KPIS y medición.
- > Procesos de trabajo: monitorización, planificación de contenidos y logística, reporting.
- > Partidas del presupuesto.

## Facebook

- > FanPages y uso estratégico de Facebook en el plan de marketing.
- > Errores frecuentes y Best Practices.
- > Algoritmo y KPIS en Facebook.
- > Que son las Apps y para qué son.
- > Promociones (normas y ejemplos de aciertos y desaciertos) y ofertas.
- > Publicidad: Formatos, opciones, segmentación y reportes y mediciones de campañas.

## Blog

- > Panorama actual de la blogosfera.
- > Diferencias entre tipos de blogs y estrategias para cada tipología.
- > Elección de plataforma: puntos fuertes y débiles de los CMS más populares.
- > Optimización de blogs y contenidos en buscadores: Redacción 2.0.
- > Cómo divulgar tu Blog para atraer tráfico y leads.
- > Content e inbound marketing aplicado a los blogs.
- > KPIS: Cómo y que medir para evaluar resultados.
- > Cómo integrarlo con los medios sociales.

## Twitter: Estrategia y aplicación

- > Glosario imprescindible: Anatomía y léxico.
- > Optimización de una cuenta de twitter corporativa o de marca personal.
- > Recomendaciones: como desarrollar contenido para un calendario editorial, redactar Tweets efectivos, ideación de hashtags, etc.
- > Cómo conseguir seguidores e identificar influenciadores.

- > Dashboards de publicación.
- > Formatos Publicitarios en Twitter y campañas de éxito.
- > Herramientas externas para publicar contenido, gestionar y monitorizar.
- > Los KPIs más relevantes en Twitter y como analizar resultados.
- > Integración de Twitter y blogs.

### **YouTube y otras redes de vídeo**

- > Importancia de la comunicación vía audiovisual.
- > Cómo desarrollar un plan de medios en YouTube?
- > Factores de viralidad.
- > Formatos publicitarios: desde True view hasta integración con E-commerce.
- > Canales corporativos.
- > Generación de listas de distribución de contenido.
- > Herramientas para Video Marketing: Tubemogul, Unruly, etc.
- > Casos.

### **Instagram, Pinterest y otras redes de apoyo**

- > El auge del visual en Redes Sociales: marketing visual.
- > Cómo utilizarlas e integrarlas en el plan social media. Errores frecuentes y Best practices.
- > Storytelling: del upper funnel al bottom funnel.
- > Cómo generar engagement y ventas con redes visuales.
- > Marketing en Instagram: cómo hacer promociones y vincular al usuario.
- > Marketing en Pinterest: cómo hacer promociones y potenciar tu ecommerce.
- > Snapchat y Vine: vinculando tu marca con el usuario del futuro.
- > Herramientas externas para gestionar y monitorizar en estas plataformas.

### **Las redes sociales aplicadas a la comunicación corporativa: ORM & Influencers**

- > Objetivo del Social Media Corporativo: engagement y reputación.
- > Rol del Social Media Corporativo: CM, agencia o becario.
- > Contenidos y comentarios.
- > Gestión de crisis y protocolos de actuación.
- > Herramientas de gestión de crisis y programación.
- > Social Commerce: transformar comentarios y contenidos en ventas.
- > Cómo saber si lo estamos haciendo bien: KPIS y métricas.
- > Influencers en las redes sociales: qué, cómo y por qué.

### **Mobile Social Media Applications**

- > La integración del móvil en las Redes Sociales.
- > Movilidad, relación, ubicuidad, y publicidad.
- > Geolocalización, directorios móviles, recomendaciones online y compra.
- > Facebook places: estrategias.
- > Las aplicaciones móviles como medio de relación, publicidad y venta.

### **Linkedin**

- > El uso de LinkedIn para profesionales, autónomos, pymes y empresas.
- > LinkedIn y marca personal para profesionales del marketing y comunicación.
- > Perfiles personales: cómo optimizar un CV online, optimización SEO en linkedin, etc.
- > Grupos y páginas de empresa: Gestión de contenido y decálogo de buenas prácticas.
- > Usos y aplicaciones de linkedin para empresas B2B y B2C.
- > KPIs relevantes en linkedin.
- > Content e inbound marketing aplicado a linkedin.
- > Publicidad y uso de LinkedIn para divulgación de contenidos.

### **Herramientas de medición y gestión en Social Media**

- > Herramientas de medición y gestión: desde Hootsuite, Google Analytics a otras herramientas de pago y gratuitas.
- > Métricas de marca y negocio aplicadas a las redes sociales.
- > Elaboración de un cuadro de mando social. Integración de todos los resultados en las distintas redes en un informe.
- > Análisis de datos aportando valor a datos numéricos y gráficos.
- > Valoración de objetivos y KPIs: recomendaciones para optimizar tu estrategia en redes sociales.
- > ROI.

# CLAUSTRO DE PROFESORES

---

**Alejandro Domínguez**

Head of Marketing  
Verti Seguros

**Arturo Martín**

Digital lead  
Realme Spain

**Cristóbal Álvarez**

Director General  
Social and Sons

**David Huélamo**

Director de Operaciones, marketing & comercial  
BrandManic

**Francisco Javier Vázquez**

Consultor experto en Atención al cliente Digital

**Juan Miguel García**

Senior Strategist  
Good Rebels

**Marcos Antonio García**

Advisor y miembro del Consejo  
Advisors en Ufounders  
Director Ejecutivo y socio fundador  
Gestazion.com

**Salvador Vilalta**

CMO - Chief Marketing Officer  
Omega Digital



**MADRID**

91 452 41 00

info.madrid@esic.edu

**BARCELONA**

93 414 44 44

info.barcelona@esic.edu

**VALENCIA**

96 361 48 11

info.valencia@esic.edu

**SEVILLA**

95 446 00 03

info.sevilla@esic.edu

**ZARAGOZA**

97 635 07 14

info.zaragoza@esic.edu

**MÁLAGA**

95 202 03 69

info.malaga@esic.edu

**PAMPLONA**

94 829 01 55

info.pamplona@esic.edu

**BILBAO**

94 470 24 86

formacion@camarabilbao.com

**GRANADA**

95 822 29 14

master@esgerencia.com

OCTUBRE 2021