

II Curso en *social media strategist* para periodistas

La Asociación de la Prensa de Madrid imparte la segunda edición de este curso en el que se aprenderán todos los conocimientos necesarios y las **herramientas facilitadoras para poder gestionar los medios sociales de una empresa** y desempeñar la labor diaria de un *community manager*. Además, conocerás distintas estrategias que están teniendo buenos resultados en la actualidad y cómo adaptarte el temido algoritmo.

También veremos ideas de **contenido, estrategia, calendarización y contenidos virales**. La **publicidad** es otra gran aliada para de la *social media manager* y del *community manager* y, aunque veremos alguna pincelada, nos centraremos en la parte orgánica.

El curso consta de **6 clases**, un total de 16 horas, impartidas en modalidad de teleformación los días **10, 12, 17, 19, 24 y 26 de junio 2024**, en horario de tarde de **17:00 a 19:30 horas**, excepto los días **12 y 19** de junio que sería de **16:30 a 19:30 horas**.

Todas las sesiones quedarán grabadas para que cada alumno/a pueda seguir el curso a su ritmo.

El temario impartido irá acompañado de ejemplos prácticos y documentos en PDF.

Índice de contenidos

Clase 1. Introducción al *social media management*. Qué es un CM y primeras acciones en la gestión de un perfil profesional
10 de junio, de 17:00 a 19:30 horas

Introducción al *social media management*. Qué es un CM

- El *community manager*: Diferencia entre *social media manager* y *community manager*. Perfil y funciones
- Uso profesional de redes sociales

Parte I: Primeras acciones en la gestión de un perfil profesional

- Configuración
- A quién seguir
- Los *followers*

PARTE II: Twitter: usos y estrategias

- Funcionalidades y servicios
- Estrategias para las empresas y profesionales en Twitter
- *Engagement*
- KPI's más importantes, estadísticas y ROI
- Herramientas para Twitter

Clase 2. Facebook: Introducción, uso profesional y estrategias12 de junio, de 16:30 a 19:30 horas

PARTE I: Introducción a Facebook

- Navegación y novedades en Facebook
- Uso profesional y empresarial de Facebook:
 - (I): Perfiles profesionales
 - (II): *Fan Pages*
 - (III): Grupos

PARTE II. Uso profesional de Facebook y estrategias

- Estrategias en FB
- Acciones especiales
- Creación de contenidos
- Fans y *engagement*
- Concursos
- Encontrar menciones
- Utilizar las herramientas de los desarrolladores
- Integrar aplicaciones
- Buenas y malas prácticas.
- Casos de éxito
- Meta Business. Herramientas de monitorización, ROI y estadísticas (FB Insights)

Clase 3. Instagram y TikTok17 de junio, de 17:00 a 19:30 horas

PARTE I: Instragram

- Acciones y estrategias en Instagram
- Tipo de contenidos posibles (carruseles, *reels*, vídeos, imagen...)
- ROI en Instagram

PARTE II: TikTok

- Acciones y estrategias
- Tipo de contenidos
- Estadísticas
- TikTok Now

Clase 4. Google My Business, redes profesionales, especializadas, blogs y foros

19 de junio, de 16:30 a 19:30 horas

PARTE I: Google My Business

- Introducción
- Principales herramientas
- Universos Google: hacia el 3.0
- Páginas de fans
- Lo que está por llegar

PARTE II: Redes profesionales

- Para qué sirven las redes profesionales
- LinkedIn (Optimización de perfil personal y creación de grupos y páginas)

PARTE III: Redes sociales especializadas

- Para qué sirven
- Porqué estar en ellas
- Ejemplos

PARTE IV: Blogs y foros

- Los blogs corporativos
- Ejemplos de blogs corporativos
- Foros

Clase 5. Youtube, Twitch y otras redes. Herramientas de gestión, planificación, monitorización y medición

24 de junio, de 17:00 a 19:30 horas

PARTE I: YouTube

- Acciones y estrategias en YouTube
- ROI en YouTube

PARTE II: Twitch

- Acciones y estrategias
- ROI

PARTE III: Otras redes sociales

- Snapchat
- Pinterest
- ClubHouse
- BeReal

PARTE IV: Herramientas de gestión: planificación, publicación, programación, monitorización y medición

- Talkwalker, Brandwach y Atribus
- Hootsuite
- Metricool
- Buffer
- SocialGest. REGALO a los asistentes de 3 meses de acceso gratuito. Vista de la herramienta desde dentro.

Clase 6. Estrategia de *community management*, contenido viral y comunicación de crisis

26 de junio, de 17:00 a 19:30horas

PARTE I: Estrategia de *community management*

- Cómo plantear una estrategia
- Ejemplos de desarrollo y propuesta de estrategias, acciones y mediciones

PARTE II: El contenido viral

- ¿Qué es el contenido viral?
- Ejemplos de contenido viral.

PARTE III: Comunicación de crisis

- Cómo gestionar crisis en internet y en las redes sociales
- Casos de gestiones óptimas y nefastas en crisis de social media
- Prácticas recomendadas cuando las cosas se ponen difíciles

Impartido por **Vanesa García Barahona, periodista, *social media strategist*, formadora y mentora de marca personal y *networking* inverso.** Comenzó su recorrido en el *social media* tras abandonar el gabinete de prensa del Ministerio de Fomento después de 5 años, a la vez que finalizaba un máster en Comunicación web 2.0 por la Universidad de Alcalá de Henares. En esta área ha trabajado en distintas agencias, la última especializada en el sector salud y ha colaborado con otras como *freelance*, de forma simultánea. En 2018 fundó el equipo de profesionales del *marketing* digital "**Almas Digitales**" formado por profesionales independientes de este sector que realizan trabajos colaborativos para los mismos clientes. En noviembre de 2021 publicó su primer libro *Pon el alma en tu marca. Emprende, destaca y brilla desde el corazón*, una guía para emprendedores que quieran desarrollar, desde cero, su marca personal y una red de contactos potente y efectiva. Actualmente, como *freelance*, elabora estrategias en *social media*, imparte formaciones en clubs privados y universidades de Perú y Colombia y desarrolla mentorías de marca personal y *networking* inverso. Además, participa como *speaker* en eventos y es embajadora de Socialgest App, herramienta de gestión de redes sociales.

