

Director académico

César CAJETE

Consultor en Comunicación Estratégica y director de Formación de Comunicación Profesional
<http://es.linkedin.com/in/cesarcajete>

Coordinador

Ibón BERRA

Founder & Brand Manager en Despunta Marketing
<http://es.linkedin.com/in/ibonberra>

Profesorado

Cristina JUESAS

Fundadora y licenciataria del TEDxVitoriaGasteiz
<http://es.linkedin.com/in/cristinajuesas>

Iker AUDICANA

Account Executive en LIN3S
<http://es.linkedin.com/in/ikeraudicana>

Jordi LIDÓN

Proyect Manager en LIN3S
<http://es.linkedin.com/in/jordilidon>

Iruri KNÖRR

CMO en Ideateca/Ludei
<https://www.linkedin.com/in/iruri>

Igone URQUIOLA

Consultora SEO/SEM en Nolatan
<https://www.linkedin.com/in/igoneurquiola>

Xabier IGLESIAS

Fundador Auditor SEO
<https://www.linkedin.com/in/xiglesias>

David REMARTÍNEZ

Editor Web
<https://twitter.com/davidrem>

Olatz DÍAZ

Diseñadora Gráfica y Profesora de Audiovisuales
<https://www.linkedin.com/in/olatz-diaz-publicista-y-diseñadora-gráfica-82427a11b/>

Borja RODRIGO

Director General e Ringspann Ibérica
<http://es.linkedin.com/in/borjarodrigo>

Módulos

Módulo I

Gestión del cambio: Fundamentos de comunicación en entornos social media

- . Los nuevos modelos de comunicación
- . Introducción a los medios sociales
- . Elaboración de contenidos 2.0
- . El manifiesto Cluetrain, la Long Tail y otros conceptos
- . Nuevo entorno competitivo

Módulo II

Fundamentos del marketing en entornos social media

- . Principios básicos del Marketing aplicado a las redes sociales
- . Publicidad 2.0: Características, consideraciones y rentabilidades
- . Planificación y gestión de campañas de publicidad SEM
- . Ecommerce y Redes sociales, como apoyar ventas online
- . Escribir para internet
- . Legalismos 2.0

Módulo III

El entorno: Características de las redes sociales

- . Panorámica y características de las Redes Sociales
- . Diseño aplicado a las necesidades de gestión social media
- . Twitter, Facebook y LinkedIn para usuarios avanzados
- . Instagram y otras redes de puesta en valor de imágenes
- . "WordPress"

Módulo IV

Producción y promoción audiovisual social media

- . Grabación, edición y gestión de videos 2.0
- . Alojamiento y herramientas
- . Estrategias de marketing y promoción

Módulo V

El gestor de comunidades online

- . Introducción a la gestión de comunidades online
- . Planificación Estratégica
- . El trabajo diario del Gestor de Comunidades
- . Gestión de crisis
- . SEO

Módulo VI

Medición de los resultados

- . Resultados y Rentabilidad
- . ROI: Cómo medirlo y cómo explicarlo
- . Modelos de medición según las comunidades virtuales

Módulo VII

Auditoría Social Media Trabajo Fin de Máster (TFM)



Training

Programa personal y posibilidad de prácticas de 250 horas para elaborar una Auditoría Social Media

El programa se desarrolla en dos formatos

Las personas en activo

Será obligatorio presentar un Trabajo Fin de Máster (TFM) que consistirá, con carácter general, en una Auditoría Social Media para obtener el título.

Los alumnos dispondrán de tutorías personalizadas para desarrollar esta tarea y seguirán un índice aprobado por la dirección académica.

Las personas desempleadas

Además de la obligación de presentar un Trabajo Fin de Máster (TFM) para la obtención del título, tendrán a su disposición la posibilidad de realizar prácticas al finalizar el programa formativo (consultar condiciones con la organización).

