MASTER SOCIAL MEDIA
GESTIÓN DE REDES SOCIALES

El ámbito empresarial de la **Comunicación y el Marketing** es uno de los que más ha modificado su campo de actuación profesional y laboral, debido a los cambios en su modelo de negocio y la progresiva profesionalización de la gestión de las redes sociales.

Así, el mercado demanda otros perfiles capaces de adaptarse a **nuevas actitudes y aptitudes**, con nuevas competencias y objetivos. Esto se concreta en un aumento espectacular del número de oportunidades al alcance sólo a través de las redes sociales.

Las nuevas ocupaciones del sector redes sociales, algunas inexistentes hace pocos años, demandan competencias en la **Comunicación y el Marketing Online para puestos como Social Media Manager, Social Media Strategist o Community Manager**.

Este **Máster Social Media: Gestión de Redes Sociales**, que alcanza su cuarta edición, forma a profesionales encargados de realizar **estrategias, gestionar, comunicar, construir, promocionar y moderar comunidades** en torno a una marca, empresa o institución empleando herramientas sociales como Facebook, Twitter, Linkedin o Instagram, entre otras muchas.

Proporciona los conocimientos necesarios para aprender a **crear e implementar una estrategia eficaz de comunicación y promoción 2.0**, adquiriendo una visión completa de todas las redes sociales con un enfoque práctico, ligado a la experiencia profesional del profesorado, y al trabajo personal de los alumnos, más allá del horario de clases.

MASTER SOCIAL MEDIA
GESTIÓN DE REDES SOCIALES

Edición #4

Datos Básicos
Fecha de inicio 6 de febrero de 2020
Fecha de finalización 12 de junio de 2020
Duración 32 sesiones de cuatro horas
Horario Jueves y viernes de 16.30 a 20.30 h.
Lugar de celebración
Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Álava
Precio 3.000€

Política de descuentos (acumulables)
10% por pago único

10% para empresas de Álava o particulares radicados en Euskadi

BONIFICABLE actuando la Cámara como entidad organizadora

Consultar condiciones y plazos
Info 945 150 190 María José Leiva

Información e Inscripciones
Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Álava
Chamber Business School

C/ Manuel Iradier, 17 bajo

Tel. 945 150 190 | formacion@camaradealava.com

cámara de álava
arabako ganbera

comunicaciónprofesional

www.mastersmalava.com

Edición #4

MASTER SOCIAL MEDIA
GESTIÓN DE REDES SOCIALES

> 128 horas de formación presencial
> 1 sesión Masterclass
> 2 Talleres Prácticos
> 1 Taller de Experiencias
> 2 Workshops y 2 Business Cases
> Tutorías personalizadas
> Trabajo FIn de Master

Organiza

cámara de álava
arabako ganbera

comunicaciónprofesional

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
Social Media Manager en Trupp Media
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-díaz-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)

MSM ÁLAVA
MASTER SOCIAL MEDIA
GESTIÓN DE REDES SOCIALES

Edición #4

Objetivos

> Conocer las características de las principales **Redes Sociales** a nivel avanzado.
> Aprender el uso de las **Auditorías Social Media** como iniciadoras de proyectos.
> Elaborar un **Plan Estratégico Social Media.**
> **Gestión de Crisis** y control de daños Social Media.
> **Generar contenidos** dentro de una estrategia.
> Planificar y gestionar cuentas en **Redes Sociales**.
> Promocionar las **iniciativas 2.0**
> **Calcular** el Retorno de Inversión, **ROI** de nuestras actividades.

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).