

Catàleg d'accions formatives

2018 Programes de Formació Sectorial

ÀMBIT SECTORIAL : **Comerç**

FAMÍLIA PROFESSIONAL : **Comerç i màrqueting**

ÀREA PROFESSIONAL : **Màrqueting i Relacions públiques**

NOM DE L'ACCIÓ: Community manager

Grup AF: COMM104 **Grup Ampliat:** 2016 **Hores:** 50 **Nivell:** Superior **Novetat 2018:**

Objectius:

Objectius generals:

- Conèixer les competències clau que un community manager ha d'assolir i les característiques del seu lloc de treball

Objectius específics:

- Dominar els principis del Màrqueting on line i les formes més efectives de difondre un missatge utilitzant els diferents canals on line existents.
- Aprendre a utilitzar de forma experimentada les principals plataformes de Social Media i aprendre a multiplicar els seus efectes utilitzant-les de forma coordinada.
- Analitzar converses i/o opinions a les xarxes socials sobre productes o marques.
- Dominar les tècniques per a la generació de reputació on line positiva sobre una empresa, producte o servei.
- Aprendre a monitoritzar la nostra marca i la competència a través de les xarxes socials.
- Fomentar l'autoaprenentatge, ja que les eines que s'utilitzen en aquest àmbit canvien cada molt poc temps i cal mantenir-se actualitzat.
- Afavorir el desenvolupament de les següents competències en l'alumnat: competència comunicativa lingüística i audiovisual, tractament de la informació i competència digital, competència d'aprendre a aprendre, competència d'autonomia i iniciativa personal, competència en el coneixement i la interacció amb el mon Online i competència social.

Continguts:

1. Social Media i Community Management
 - 1.1. Xarxes socials i comunitats.
 - 1.2. Fixar els objectius d'un projecte Online: Acquisition, engagement, conversion, fidelization.
 - 1.3. La figura del Community Manager: funcions i responsabilitats.
 - 1.4. Com dinamitzar comunitats on line.
 - 1.5. Com treballar continguts en social media.
2. Estratègia i creació del Pla de Mitjans Socials
3. Facebook
 - 3.1. Facebook. Característiques principals.
 - 3.2. Fanpages a Facebook: Com gestionar-les? Com fer-les créixer?
 - 3.3. Engagement. Com aconseguir engagement amb la comunitat?
 - 3.4. Pestanyes i aplicacions a Facebook.
4. Twitter
 - 4.1. Twitter. Característiques principals
 - 4.2. Llenguatge específic de Twitter.
 - 4.3. Com augmentar el número de followers.
5. Pinterest, Google+, LinkedIn, imatge social i vídeo màrqueting
 - 5.1. Pinterest, la plataforma visual.
 - 5.2. Google+: Característiques principals.
 - 5.3. LinkedIn. Característiques principals.
 - 5.4. Gestionar els contactes a LinkedIn.
 - 5.5. Com elaborar i optimitzar un CV a LinkedIn (com millorar un extracte amb paraules clau).
 - 5.6. Imatge social: Instagram, Flickr. Pinterest (la plataforma visual per a e-commerce).
 - 5.6. Principis del videomàrqueting. YouTube, Vimeo i Vine.
6. Eines del Community Manager
 - 6.1. HootSuite i TweetDeck.
 - 6.2. Isuu, Slideshare i Prezi: compartir presentacions i pdfs.

Catàleg d'accions formatives

2018 Programes de Formació Sectorial

ÀMBIT SECTORIAL : **Comerç**

FAMÍLIA PROFESSIONAL : **Comerç i màrqueting**

ÀREA PROFESSIONAL : **Màrqueting i Relacions públiques**

- 6.3. Mailchimp: disseny de newsletters i e-mailing.
- 7. Mètriques i estratègies de Social Media
- 7.1. Mètriques i KPIs de Social Media.
- 7.2. Anàlítica i monitorització en el camp del Social Media.

Observacions:

NOM DE L'ACCIÓ: **Comunicació i publicitat**

Grup AF: COMM106 **Grup Ampliat:** 2016 **Hores:** 30 **Nivell:** Bàsic **Novetat 2018:**

Objectius:

Objectius:

-Adquirir els coneixements i les competències i habilitats necessàries per poder utilitzar adequadament instruments de comunicació en una estratègia de màrqueting i publicitat i aconseguir una valoració eficaç dels resultats obtinguts.

Continguts:

1. Introducció a la comunicació
 - 1.1. Publicitat.
 - 1.2. Relacions Públiques.
 - 1.3. Promoció.
2. Publicitat.
 - 2.1. Planificació estratègica de la Publicitat i la comunicació.
 - 2.2. Planificació de la Publicitat en medis convencionals.
 - 2.3. Planificació de la Publicitat en medis digitals: Internet i xarxes socials.
3. La promoció de vendes. Relacions públiques
 - 3.1. Marketing i Comunicació.
 - 3.2. La imatge de marca a la Xarxa.
 - 3.3. Una campanya a Internet.
 - 3.4. Formats a la Xarxa.
 - 3.5. La figura del relacions públiques.
4. Màrqueting directe

Observacions: