

INICIO:
21 de octubre de 2016

VI ed. MASTER SOCIAL MEDIA ASTURIAS

Gestión de Redes Sociales



- 128 horas de formación presencial
- 2 Masterclass
- 3 Talleres Prácticos
- 1 Taller de Experiencias
- 2 Workshops
- 2 Business Cases
- 250 horas de prácticas tutorizadas
- Trabajo fin de master (sobre casos/empresas reales)
- Bolsa de ofertas de trabajo
- Actividad Alumni SM Asturias (Antiguos Alumnos)

Cámara
Gijón

Organizan
comunicación profesional

Colaboran
Hootsuite

SabadellHerrero

BS

nortegráfico
PRODUCCIÓN DIGITAL

Datos Básicos

Fecha de Inicio: 21 de octubre de 2016
 Fecha de finalización: 3 de marzo de 2017
 Duración: 32 sesiones de cuatro horas
 Horario: Jueves y viernes de 16.30 a 20.30 h.
 Entrega de Trabajo Fin de Master-Auditoría Social Media:
 Primera convocatoria: 30 junio 2017
 Precio: 2000 €

Política de descuentos:
 Hasta un 20% para empresas adheridas a la Cámara
 10% por pago antes del 30 de septiembre
 Consulte la posibilidad de pago aplazado

Bonificaciones:
 Hasta el 100% BONIFICABLE a través de la Fundación Tripartita

Información e inscripciones

Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Gijón
 Carretera Piles-Infanzón, 652 - 33203 Gijón
 Teléfonos: 985 180 251 - 985 180 248
 evanosti@camaragijon.es

DESCÁRGUESE EL BOLETÍN DE INSCRIPCIÓN

www.camaragijon.es
www.especialistaensocialmedia.com



www.facebook.com/MasterSMAsturias



[@MasterSMAst](https://twitter.com/MasterSMAst)

En cumplimiento de lo establecido en el artículo 5 de la Ley Orgánica 15/1.999, de Protección de Datos de Carácter Personal: Todos los datos personales por usted facilitados serán objeto de tratamiento automatizado en los ficheros propiedad del responsable del fichero para el cumplimiento de los fines específicos de la CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE GIJÓN. Los datos personales facilitados no serán objeto de cesión a terceros salvo en los supuestos legalmente establecidos o cuando se cuente con el consentimiento del titular. Todos los datos solicitados deberán ser facilitados dado que en caso contrario no podremos prestar los servicios propios de la Cámara. El Responsable del fichero es la CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE GIJÓN con domicilio en Carretera Piles al Infanzón, 652, 33203 - Gijón. El interesado podrá revocar su consentimiento así como ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición ante el citado responsable del fichero y en la dirección indicada.

Cámara
Gijón

comunicación profesional

El ámbito de la **Comunicación y el Marketing** es uno de los que más ha modificado su campo de actuación profesional y laboral, por los cambios en su modelo de negocio y la progresiva profesionalización de la gestión de las redes sociales. Así, la experiencia profesional demanda otros **perfiles capaces de adaptarse a nuevas actitudes y aptitudes**, con nuevas competencias y objetivos, concretada en un aumento espectacular del número de ofertas de empleo.

La característica que comparten dichas nuevas ocupaciones es la de **ofrecer competencias en la Comunicación y el Marketing en Redes Sociales y, entre ellas, destaca la de Social Media Manager.**

Un Social Media Manager es el **profesional encargado de realizar estrategias, gestionar, comunicar, construir, promocionar y moderar comunidades** en torno a una marca, empresa o institución empleando herramientas sociales como Facebook, Twitter o LinkedIn, entre otras muchas.

Esta formación proporcionará los **conocimientos necesarios para aprender a crear una estrategia de comunicación y promoción 2.0 y ejecutarla**, adquiriendo una visión completa de todas las redes sociales.

“El 69% de los alumnos desempleados de las 4 primeras ediciones consiguieron empleo en el sector socialmedia, en los 12 meses siguientes a haber finalizado el Master”



Para qué sirve

- 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.

Profesorado principal

• Rubén LLAMES

Director Académico del Máster y Coordinador Nacional de Delegados AERCO-PSM
<http://es.linkedin.com/in/rmllames>

• César CAJETE

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

• Ibón BERRA

Docente programas formación AERCO-PSM
<http://es.linkedin.com/in/ibonberra>

• Jordi LIDÓN

Social Media Manager en *Trupp Media*
<http://es.linkedin.com/in/jordilidon>

• Kiko SESMA

Director General de *Direvent*
<http://es.linkedin.com/in/kikosesma>

• Jesús PORTILLA

Socio director en *Portilla & Velasco* y en *Trending Topic*
<http://es.linkedin.com/in/jesusportilla>

• Elsa GARCÍA

Técnico SEM en *Optimizaclick -Grupo QDQ Media-* y ex alumna de la I edición del Máster Social Media Asturias.
<https://www.linkedin.com/in/elsagarciat>

• Javier PRIETO

Coach Asociado de la *Cámara Internacional de Empresarios de Barcelona*
<http://www.linkedin.com/in/javierprietomartinez>

• Andrés DE LA TORRE

Productor de vídeo digital y de la revista digital *Montaña Montaña*
<http://es.linkedin.com/pub/andres-de-la-torre/20/209/203>

• Nestor TORRE

Social Media Manager en *Neozink*
<http://www.linkedin.com/in/nestortorre>

• David REMARTINEZ

Periodista del *Grupo Vocento*, Coordinador de la Web del *Diario Montañés* y autor del blog: *Remartini, el vermú eterno*
<http://blog.elcomercio.es/remartini/>

Módulo I

Gestión del cambio en la comunicación: El mundo 2.0

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

Módulo III

Fundamentos de marketing en entornos Social Media

- Principios básicos del Marketing aplicado a las redes sociales
- Investigación de mercados en entornos 2.0
- Publicidad: Características, consideraciones y rentabilidades
- SEM y SEO
- Canales de comercialización 2.0
- Ejercicios prácticos

Módulo V

Producción y promoción audiovisual Social Media

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

Módulo VII

Medición de los resultados

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

Módulo II

Fundamentos de Comunicación en entorno Social Media

- Principios de la Comunicación aplicado a las redes sociales
- Creación y gestión de contenidos
- Redacción online
- Ejercicios prácticos

Módulo IV

El entorno: Características de las redes sociales

- Panorámica y características de las Redes Sociales
- Twitter, Facebook y LinkedIn: usuarios avanzados
- Google+ Instagram, Pinterest y otras posibilidades 2.0
- Ejercicios prácticos

Módulo VI

El gestor de comunidades online

- Introducción a la gestión de comunidades online
- Planificación Estratégica
- El trabajo diario del Gestor de Comunidades
- Legalismos 2.0
- Gestión de Crisis
- Ejercicios prácticos

Módulo VIII

Posibilidades de inicio de actividad

- Preparación del proyecto
- Introducción al Plan de Empresa
- Branding personal
- Conceptos básicos de presentaciones
- Ejercicio práctico
- Diseño personal del proyecto (prácticas o trabajo personal)

"El VI Master Social Media Management contará con masterclass, talleres prácticos y de experiencias, workshops y business cases, que se irán comunicando a través de la web"

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

- El programa de training se desarrollará en dos formatos:

Las personas en activo,
Será obligatorio presentar un Trabajo Fin de Master, sobre la Auditoría Social Media para obtener el título, siguiendo el índice presentado por la Dirección

Las personas desempleadas,
desarrollarán prácticas no remuneradas para empresas, en las que habrán de desarrollar bien una Auditoría Social Media o la implementación de las tareas en redes sociales que el tutor les designe, por las que serán evaluadas. Además, deberán entregar un Trabajo Fin de Master para obtener el título, siguiendo el índice presentado por la dirección



SabadellHerrero

