



Tema 9

Community management y SEO

La creación y mantenimiento de comunidades digitales es una de las consecuencias de la inmersión del ciudadano en la sociedad-red, y es de especial interés en el ámbito empresarial.

En este tema hablaremos sobre cómo se crean y mantienen comunidades digitales y nos centraremos en el responsable de esta labor: el *community manager*. Reflexionaremos sobre su perfil ideal y sobre todas las funciones que debe desempeñar. La labor del *community manager* es fundamental en las instituciones, pues crea experiencias directas y éstas son la base de la reputación.

Abordaremos también cómo se crea un plan de comunicación 2.0, de forma estratégica, a lo largo de distintos pasos.

Cada día cobran más importancia conceptos que giran en torno a la reputación *online* tanto de los profesionales como de las empresas. Por ello, analizaremos casos paradigmáticos de gestión de reputación en Internet.

Y, por último, tomaremos contacto con las técnicas SEO (Search Engine Optimization, posicionamiento en buscadores), con una importancia creciente, dada la necesidad de las métricas, de ordenar información y de ser visible en Internet.

Objetivos del tema:

- Conocer las bases de la labor de *community management*.
- Profundizar en los aspectos más destacados de esta labor, como, por ejemplo, gestión de crisis en redes sociales.
- Ser capaces de evaluar buenas y malas prácticas profesionales.
- Tomar un primer contacto con un plan estratégico de comunicación.