COMM091PO SOCIAL MEDIA MARKETING Y GESIÓN DE LA REPUTACIÓN ON LINE

SKU: EVOL-6487-iNO-B | **Categorías:** INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES, Redes Sociales

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	40
Acreditado por Universidad	NO
Créditos ECTS	0
Más información	CONTENIDO ADAPTADO A CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

Este Curso COMM091PO SOCIAL MEDIA MARKETING Y GESIÓN DE LA REPUTACIÓN ON LINE le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Artes gráficas. Con este CURSO COMM091PO SOCIAL MEDIA MARKETING Y GESIÓN DE LA REPUTACIÓN ON LINE el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y caracterizar el nuevo contexto empresarial surgido con las redes sociales y el cambio cultural que supone, aprendiendo a adaptar las estrategias empresariales a las nuevas necesidades de consumo, de comunicación y de generación de oportunidades de negocio a través de las redes sociales y las nuevas tecnologías.

Contenidos

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS REDES SOCIALES EN LA EMPRESA.

1. Redes Sociales: Facebook, Linkedin, Xing, Twitter.Beneficios .Como integrar las Redes Sociales en la Estrategia corporativa. Canales Adecuados. Medir el Impacto.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA CREACIÓN DE CONTENIDOS SOCIALES .

1. Páginas web 2.0 . Los Blogs. Integración de plataforma en la web. Video y Fotografía. MARKETING ON-LINE. Introducción. Social Media Marketing.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SMO.

1. Herramientas básicas. Herramientas de gestión. Herramientas de multiposting. Herramientas de gestión integral.

Herramientas de monitorización integral. Nuevo Consumidor . Detectar tendencias . Publicidad en los Medios Sociales. Cómo medir acciones on-line.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES .

1. ¿Qué es? Cómo funciona un buscador .Factores “On the page” .Factores “Off the page”

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE CONTENIDOS EN COMUNIDADES VIRTUALES.

1. Introducción. Importancia de los contenidos. Tipos de comunidades. Tipos de contenidos. Gestión de contenidos en la red.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL COMUNITY MANAGER.

1. El responsable de la comunidad virtual. Funciones. Creación, gestión, moderación y dinamización de una comunidad. Contenidos comerciales y comunidades comerciales. Las 3 leyes de las comunidades virtuales. La confianza. Aspectos legales y propiedad intelectual.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. REPUTATION MANAGEMENT: GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN ON-LINE CONTENIDOS TEÓRICOS:

1. Introducción. ¿Qué es el ORM? Plan de reputación on-line. Análisis. Diagnóstico. Plan y gestión de activos. Monitorización. Desarrollo e implementación del plan. Plan de comunicación. El mapa de públicos/GDI . Construcción de contenidos en función de los grupos de interés. Táctica de activos. Análisis de la estrategia de portavocía on-line. Amenazas en la estrategia de ORM.