REPUTACIÓN ONLINE

SKU: EVOL-6690-VNO-A | **Categorías:** INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES, Redes Sociales

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	50
Acreditado por Universidad	SI
Créditos ECTS	2

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

• Conocer el impacto que la publicidad tiene en la sociedad.
• Tomar consciencia de la aparición del fenómeno 2.0 así como nuevas herramientas útiles para llegar al consumidor.
• Ampliar conocimientos sobre la personalidad y características del nuevo consumidor.
• Realizar una investigación de reputación
• Conocer los tipos de contenidos publicitarios
• Saber en qué consiste la función del community management
• Aprender estrategias para la creación de contenidos

Contenidos

UD1.Introducción a la reputación online

1. El poder del consumidor: una pequeña reflexión
2. Exceso de impactos publicitarios
2.1 La aparición del fenómeno 2.0
2.2 Las herramientas que dan poder al usuario
2.3 La relación entre los dos conceptos
3. Seguimos conociendo al consumidor: adprosumer
3.1 La situación que deriva del nuevo consumidor
3.2 ¿Qué podemos hacer?

UD2.Construyendo la reputación digital

1. ¿Qué es la identidad digital?
2. El concepto de marca
2.1 Los valores corporativos
2.2 ¿Qué es la misión?

2.3 ¿Qué es la visión?
3. Online Reputation Management y sus bases
4. Construyendo la reputación online de una marca
4.1 Apoyándonos en el SEO
4.2 El BuzzMarketing y su vinculación con la reputación online
4.3 UserGenerated Content
4.4 Y qué hacemos con los influencers…

UD3.El Plan de reputación digital

1. Investigación de la reputación
2. ¿Y una vez que hemos obtenido la información?
3. Poniendo los pilares de nuestra reputación
3.1. Qué son los contenidos ganados
3.2. Qué son los contenidos de propiedad
3.3. Qué son los contenidos pagados
4. El communitymanagement y su legado
5. La creación de contenido requiere de una estrategia

UD4.Protegiendo la reputación digital

1. Gestionando una crisis
1.1. Algunas pautas prácticas para abordarla
2. Cómo hago un plan de crisis