

COMM091PO

Social media marketing y gestión de la reputación on line



Familia Profesional: Comercio y marketing

Área Profesional: Marketing y relaciones públicas

Horas: 40

Modalidad: Online

Objetivo general:

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 FORMATIVOS:

1. LAS REDES SOCIALES EN LA EMPRESA

- 1.1.Redes Sociales: Facebook, Linkedin, Xing, Twitter.
- 1.2.Beneficios.
- 1.3.Como integrar las redes sociales en la estrategia corporativa.
- 1.4.Canales adecuados.
- 1.5.Medir el impacto.

2. LA CREACIÓN DE CONTENIDOS SOCIALES

- 2.1.Páginas web 2.0.
- 2.2.Los Blogs.
- 2.3.Integración de plataforma en la web. vídeo y fotografía.

3. MARKETING ON-LINE

- 3.1.Introducción.
- 3.2.Social Media Marketing.

4. SMO

- 4.1.Herramientas básicas.
- 4.2.Herramientas de gestión.
- 4.3.Herramientas de multiposting.
- 4.4.Herramientas de gestión integral.
- 4.5.Herramientas de monitorización integral.
- 4.6.Nuevo consumidor.
- 4.7.Detectar tendencias.
- 4.8.Publicidad en los medios sociales.
- 4.9.Cómo medir acciones on-line.

5. POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

- 5.1.¿Qué es?
- 5.2.Cómo funciona un buscador.
- 5.3.Factores “On the page”.
- 5.4.Factores “Off the page”.

6. GESTIÓN DE CONTENIDOS EN COMUNIDADES VIRTUALES

- 6.1.Introducción.
- 6.2.Importancia de los contenidos.
- 6.3.Tipos de comunidades.
- 6.4.Tipos de contenidos.
- 6.5.Gestión de contenidos en la red.

7. EL COMUNITY MANAGER

- 7.1.El responsable de la comunidad virtual.
- 7.2.Funciones.
- 7.3.Creación, gestión, moderación y dinamización de una comunidad.
- 7.4.Contenidos comerciales y comunidades comerciales.
- 7.5.Las 3 leyes de las comunidades virtuales.
- 7.6.La confianza.
- 7.7.Aspectos legales y propiedad intelectual.

8. REPUTATION MANAGEMENT: GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN ON-LINE CONTENIDOS TEÓRICOS

- 8.1.Introducción.
- 8.2.¿Qué es el ORM?
- 8.3.Plan de reputación on-line.
- 8.4.Análisis.
- 8.5.Diagnóstico.
- 8.6.Plan y gestión de activos.
- 8.7.Monitorización.
- 8.8.Desarrollo e implementación del plan.
- 8.9.Plan de comunicación.
- 8.10. El mapa de públicos/GDI.
- 8.11. Construcción de contenidos en función de los grupos de interés.
- 8.12. Táctica de activos. Análisis de la estrategia de portavocía on-line.
- 8.13. Amenazas en la estrategia de ORM.

Para conseguir el certificado de apto, es necesario realizar y superar el 75% de los exámenes del curso.