

COMM043PO

Fundamentos de la gestión de comunidades virtuales



Familia Profesional: Comercio y marketing

Área Profesional: Marketing y relaciones públicas

Horas: 60

Modalidad: Online

Objetivo general:

Adquirir los conocimientos clave para desarrollar y entender las diferentes acciones de comunicación en las redes sociales desde el punto de vista de marketing empresarial.

CONTENIDOS FORMATIVOS:

1. WEB 2.0

- 1.1. ¿Qué es la web 2.0?. De la web 1.0 a la web 2.0.
- 1.2. El impacto en los modelos de comunicación. La era de la conversación digital.
- 1.3. Comunidades virtuales. Definición, características y fundamentos.
- 1.4. Las redes sociales como nuevo medio. Definición y características. Diferencias entre comunidad virtual y red social.
- 1.5. Perfiles profesionales de la web 2.0.

2. MARKETING DIGITAL

- 2.1. Conceptos básicos sobre el marketing digital.
- 2.2. El nuevo valor de marca y su posicionamiento.
- 2.3. Principios del marketing relacional.
- 2.4. Marketing viral: comunicación, participación, viralidad.
- 2.5. La estrategia: el marketing social dentro del marketing mix 3.

3. LOS CONTENIDOS DIGITALES 2.0

- 3.1. Internet como canal de comunicación.
- 3.2. La redacción en entornos digitales.
- 3.3. La lectura en Internet.
- 3.4. El contenido audiovisual.
- 3.5. El fenómeno de la blogsfera. El blog corporativo.

4. LAS REDES SOCIALES

- 4.1. Clasificación de las redes sociales. Ventajas.
- 4.2. Facebook.
- 4.3. Tuenti.
- 4.4. Twitter.
- 4.5. Youtube.
- 4.6. Linked In.
- 4.7. Otras redes sociales: Flickr, Myspace, Vimeo, Xing.
- 4.8. Las redes sociales como medio publicitario.
- 4.9. ¿Cómo conseguir seguidores?
- 4.10. Casos de éxito.

5. COMMUNITY MANAGER COMO PERFIL PROFESIONAL

- 5.1. Community Management: funciones y perfiles profesionales.
- 5.2. La creación de comunidades virtuales.
- 5.3. Creación y gestión de contenidos 2.0. La búsqueda de fuentes de información.
- 5.4. La moderación en una comunidad 2.0.
- 5.5. La planificación de la comunicación. Objetivos y acciones de comunicación. Los conflictos en las redes sociales.
- 5.6. Gestión de redes sociales: Hootsuite, Tweet-Deck.
- 5.7. El día a día de un community manager.

6. ANALÍTICA Y MEDICIÓN

- 6.1. Qué es la analítica web.
- 6.2. Glosario de términos.
- 6.3. Introducción a Google Analytics.
- 6.4. La analítica en redes sociales.

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