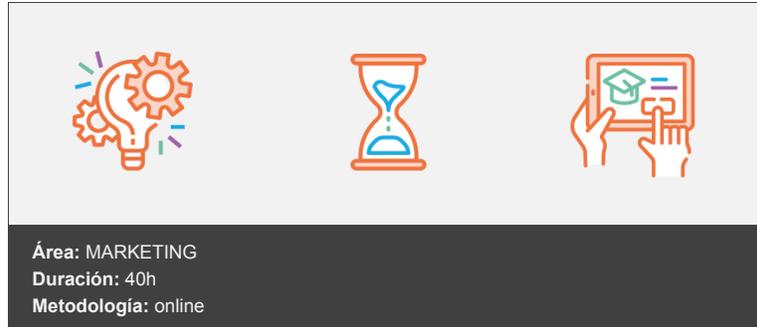


SOCIAL MEDIA MARKETING Y GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN ON LINE (COMM091PO)



Objetivos

- 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 y estructura del curso

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

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

MARKETING ON-LINE

- 3.1. Introducción
- 3.2. Social Media Marketing

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

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?

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

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

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

Metodología

En Criteria creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Criteria, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

*En Criteria queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!*

Blog de Criteria

