

Community manager

Modalidad: curso e-Learning Duración: 40 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Obtener una visión general sobre marketing on line
- Profundizar en los medios sociales como herramienta de marketing
- Aprender cómo funciona una red social y adquirir conocimientos para implementar el marketing y la venta dentro de una red social
- Conocer cómo es la figura de los diferentes profesionales de la web 2.0
- Aprender a proteger una marca y mejorar su reputación
- Conocer las distintas herramientas de posicionamiento para mejorar la optimización en buscadores.

CONTENIDOS

UD1. Marketing Digital.

- 1.1. Introducción. El Marketing digital desde el punto de vista del marketing tradicional.
- 1.2. Elementos de Marketing Digital: públicos objetivos y valor de la marca.
- 1.3. Ocho maneras esenciales de promoción en internet.
- 1.4. La comunicación 360°.
- 1.5. La regla de las 4 F.

UD2. Gestor de comunidades.

- 2.1. El Community Manager.
- 2.2. Posicionamiento en buscadores.
- 2.3. Técnicas SEM.
- 2.4. Reputación on line.

UD3. Social Media.

- 3.1. Gestor de Comunidad o Community Manager.
- 3.2. ¿Qué es SEO?.
- 3.3. Redes Sociales: Tipos y usos (I).
- 3.4. Redes Sociales: Tipos y usos (II).
- 3.5. Generación de contenidos. Creación de blogs.

3.6. Herramientas para la medición de las Redes Sociales.

3.7. Analítica: Medición e interpretación de resultados.