



COMM092PO. Redes sociales y marketing 2.0.

Sku: PD5586

Horas: 60

OBJETIVOS

Diferenciar las características del entorno 2.0, la nueva comunicación online y el impacto de las redes sociales y todas las posibilidades que nos ofrecen para proyectar la imagen/marca a través de la web social. También gestionar la imagen de su empresa en internet a través de las redes sociales y adecuar los contenidos para internet, en base a las necesidades de los usuarios. Finalmente establecer objetivos de comunicación en redes sociales y elaborar un plan de comunicación y su implementación.

CONTENIDOS

Unidad 1: El protocolo en la empresa y el plan de marketing digital • El protocolo en la empresa o Concepto de protocolo o Tipos de protocolo o Protocolo en la empresa o El protocolo de la comunicación o Componentes básicos del protocolo de redes sociales • El plan de marketing digital o Análisis de la situación. El entorno externo o Análisis de la situación. DAFO o Análisis de la posición en el mercado de la empresa o Definición del público objetivo o Definición de objetivos o Establecer un presupuesto o Desarrollo de una propuesta de marketing digital. Estrategias didácticas Cuestionario de Autoevaluación UA 01 Actividad de Evaluación UA 01 **Unidad 2: Relaciones públicas y marketing** • La relación entre las relaciones públicas y el marketing o Introducción a las relaciones públicas o La publicidad y la web o El marketing unidireccional de la institución o Marketing de atracción o Antiguas normas del marketing o Las relaciones públicas y la prensa o Antiguas normas de las relaciones públicas o Nuevas normas del marketing y de las relaciones públicas o Las relaciones públicas 2.0 Cuestionario de Autoevaluación UA 02 Actividad de Evaluación UA 02 **Unidad 3: La figura del community manager** • La figura del community manager o ¿Qué es un community manager y de qué se encarga? o Funciones y responsabilidades de un community manager o Habilidades, aptitudes y actitudes de un community manager o La formación del community manager o Herramientas de un community manager o Los objetivos de un community manager o Tipos de community manager o El papel del community manager dentro de la empresa Cuestionario de Autoevaluación UA 03 Actividad de Evaluación UA 03 **Unidad 4: Redes sociales y web 2.0** • Medios sociales y redes sociales o Clasificación de los medios sociales • Blogs o Softwares y herramientas para

blogs • Microblogging o Twitter • Wikis • Podcasts • Plataformas de fotografía o Instagram o Pinterest • Plataformas de vídeo o Youtube o Vimeo o Snapchat e ig stories • Plataformas de mensajería o Whatsapp • Facebook. La red social integradora • LinkedIn. La red social profesional • La cara b del uso de redes sociales en estrategias profesionales Cuestionario de Autoevaluación UA 04 Actividad de Evaluación UA 04 **Unidad 5: Estrategias de marketing 2.0** • Del marketing tradicional al marketing 2.0 • El marketing digital • Estrategias de marketing digital o Marketing de contenidos o E-mail marketing o Publicidad en redes sociales o Posicionamiento web o SEO o SEM y Google Adwords o Marketing experiencial online o El consumidor como prescriptor o Marketing de influencers o Marketing viral Cuestionario de Autoevaluación UA 05 Actividad de Evaluación UA 05