



COMM085PO. Marketing y reputación online: comunidades virtuales.

Sku: 20199IN

Horas: 180

OBJETIVOS

- Adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar las funciones propias del perfil de *Community Manager*, desarrollar un plan de *marketing online* en su totalidad, así como llevar a cabo las actuaciones necesarias para la gestión de reputación online de la empresa y mejorar su posicionamiento web. - Conocer fundamentos básicos acerca de la importancia y el uso de las redes sociales para mejorar los resultados de una empresa de tamaño medio. - Conocer cómo crear contenidos sociales para impulsar el *marketing* empresarial con éxito. - Conocer aspectos básicos sobre el *marketing online*. - Reconocer cómo puede el *marketing online* ayudar a mejorar los resultados empresariales de las pequeñas y medianas empresas. - Adquirir pautas básicas para obtener un buen posicionamiento de los buscadores de internet. - Utilizar las principales herramientas de gestión y análisis que pueden utilizar las empresas para mejorar sus resultados en *Social Media Marketing*. - Comprender en qué consiste una comunidad virtual y cuáles son sus tipos. - Distinguir los mejores métodos de moderación y gestión de contenidos. - Saber llevar a cabo la gestión de la reputación *online* en un ámbito empresarial.

CONTENIDOS

UNIDAD 1. Las redes sociales en la empresa Redes sociales: *Facebook, LinkedIn, Xing, Twitter, YouTube, Instagram*
Los beneficios del Social Media en la empresa Cómo integrar las redes sociales en la estrategia corporativa Seleccionar los canales adecuados Medir el impacto

UNIDAD 2. La creación de contenidos sociales Páginas web 2.0 Los blogs en la estrategia corporativa Integración de plataforma en la web Vídeo y fotografía

UNIDAD 3. Marketing online Introducción del *marketing* en internet *Social Media Marketing* Nuevo consumidor Cómo detectar tendencias Publicidad en los medios sociales Cómo medir acciones *online*

UNIDAD 4. Posicionamiento en buscadores ¿Qué es el posicionamiento? ¿Cómo funciona un buscador? Factores *on the page* Factores *off the page* Consejos para contratar servicios de posicionamiento en buscadores

UNIDAD 5. Social Media Optimization: herramientas para acciones de SMO Herramientas básicas Herramientas de gestión Herramientas de *multiposting* Herramientas de gestión integral Herramientas de monitorización integral

UNIDAD 6. Moderación y gestión de contenidos en comunidades virtuales
Introducción: Los contenidos como base de la conversación La importancia de los contenidos en una comunidad: Tipos de comunidades Tipos de contenidos Tareas y responsabilidades del *Community Manager*: El responsable de una comunidad virtual gestiona, modera y dinamiza Búsqueda, identificación y selección de contenidos y personas Caso práctico de creación, gestión, moderación y dinamización de una comunidad. Contenidos comerciales para comunidades comerciales Las 3 leyes de las comunidades virtuales Buenas prácticas y malas prácticas: La confianza es la base de una comunidad. Seguimiento de contenidos, personas y marcas en la red Aspectos legales y propiedad intelectual Guía rápida para gestionar contenidos en la red

UNIDAD 7. Online Reputation Management: gestión de la

reputación online Introducción ¿Qué es el ORM?: Definición de reputación *online* El plan de reputación *online*:
Análisis Diagnóstico Plan de activos Monitorización Desarrollo e implementación del plan: Gestión de activos.
Monitorización. Desarrollo del plan de comunicación *online*. El mapa de públicos / GDI. Identificación de valores de
capacidad de desarrollo. Construcción de contenidos en función de los grupos de interés. Táctica de activos. Análisis
de la estrategia de la portavocía *online* Principales amenazas en la estrategia de ORM: Debilidades en posicionamiento
en buscadores para palabras clave Carencia de portavocía en la red y falta de un protocolo de actuación Falta de
propagación y socialización Desprotección ante enemigos que posicionan por falta de activos propios Otras amenazas
Casos de gestión de reputación *online* actuales: Casos de éxito Casos de situaciones de crisis Mejores y peores
prácticas: Mejores prácticas Peores prácticas