



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