



COMM29. Estrategias de marca, comunicación y reputación en entornos digitales.

Sku: PS_COMM29

Horas: 30

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Aprender a crear marca personal y utilizar herramientas que nos ayuden en la gestión y medición de la reputación online, tanto de las marcas corporativas como personales.

CONTENIDOS

- **1. Estrategias de marca, comunicación y reputación en entornos digitales**
 - **Objetivo**
 - Crear marcas personales y utilizar herramientas que ayuden en la gestión y medición de la reputación online, tanto de las marcas corporativas como de las personales.
 - **Conocimiento / capacidades cognitivas y prácticas**
 - Desarrollo de competencias digitales para profesionales.
 - Diagnóstico de Conocimientos y competencias digitales con Smart Digital Model.
 - Contenido personalizado de Digital Mindset y Competencias digitales según el resultado de SDM
 - Desarrollo de estrategias de branding y comunicación.
 - Introducción.
 - ¿Qué es? Análisis de las estrategias de Branding y comunicación.
 - Características.
 - Desarrollo de Estrategia de branding.
 - Caso de éxito.
 - Profundiza.
 - Capacidad práctica: Elaboración de un plan de estrategias de Branding y comunicación.
 - Aplicación del marketing digital.

- Introducción al marketing digital.
- Análisis de Nuevas estrategias.
- Desarrollo de un Plan de marketing: diseño y evaluación.
- KPI´s para evaluar la efectividad de las acciones.
- Seguir mejorando
- Profundización en el Marketing Digital.
 - Capacidad práctica: Elaboración de un plan de Marketing Digital.
- Profundización en la escucha social, monitorización y utilización de herramientas adecuadas.
 - Introducción a la escucha social.
 - ¿En qué consiste? Análisis de monitorización y herramientas.
 - ¿Por dónde empezamos?
 - Aplicación: las mejores herramientas y cómo realizar un análisis efectivo.
 - Estudio de Casos de éxito.
 - Profundización en la Escucha social, monitorización y herramientas.
 - Capacidad práctica: Desarrollo de un plan de monitorización y escucha activa.
- **HABILIDADES DE GESTIÓN, PERSONALES Y SOCIALES**
 - Adquisición de habilidades para mejorar la gestión del marketing digital.
 - Adquisición de habilidades para mejorar la comunicación con los clientes.
 - Utilización del pensamiento crítico para el análisis de resultados del plan de marketing, monitorización y escucha activa.