



COMM043PO. Fundamentos de la gestión de comunidades virtuales.

Sku: PS_COMM043PO

Horas: 60

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Adquirir los conocimientos clave para desarrollar y entender las diferentes acciones de comunicación en las redes sociales desde el punto de vista de marketing empresarial.

CONTENIDOS

- **1. WEB 2.0**
 - ¿Qué es la web 2.0?. De la web 1.0 a la web 2.0.
 - El impacto en los modelos de comunicación. La era de la conversación digital.
 - Comunidades virtuales. Definición, características y fundamentos.
 - Las redes sociales como nuevo medio. Definición y características. Diferencias entre comunidad virtual y red social.
 - Perfiles profesionales de la web 2.0.
- **2. Marketing digital**
 - Conceptos básicos sobre el marketing digital.
 - El nuevo valor de marca y su posicionamiento.
 - Principios del marketing relacional.
 - Marketing viral: comunicación, participación, viralidad.
 - La estrategia: el marketing social dentro del marketing mix 3.
- **3. Los contenidos digitales 2.0**
 - Internet como canal de comunicación.
 - La redacción en entornos digitales.
 - La lectura en Internet.
 - El contenido audiovisual.
 - El fenómeno de la blogsfera. El blog corporativo.
- **4. Las redes sociales**

- Clasificación de las redes sociales. Ventajas.
 - Facebook.
 - Tuenti.
 - Twitter.
 - Youtube.
 - Linked In.
 - Otras redes sociales: Flickr, Myspace, Vimeo, Xing.
 - Las redes sociales como medio publicitario.
 - ¿Cómo conseguir seguidores?
 - Casos de éxito.
- **5. Community manager como perfil profesional**
 - Community Management: funciones y perfiles profesionales.
 - La creación de comunidades virtuales.
 - Creación y gestión de contenidos 2.0. La búsqueda de fuentes de información.
 - La moderación en una comunidad 2.0.
 - planificación de la comunicación. Objetivos y acciones de comunicación. Los conflictos en las redes sociales.
 - Gestión de redes sociales: Hootsuite, Tweet-Deck.
 - El día a día de un community manager.
- **6. Analítica y medición**
 - Qué es la analítica web.
 - Glosario de términos.
 - Introducción a Google Analytics.
 - La analítica en redes sociales.