



ADGD335PO. Aprendizaje digital y desarrollo corporativo en el sector consultoras.

Sku: PS_ADGD335PO

Horas: 60

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Entregar productos con altos estándares técnicos y de calidad comprendiendo el desarrollo de los procesos industriales.
- Definir los objetivos y estrategias para convertirse en empresa digital, en la actual situación de cambios profundos, innovando en productos y servicios digitales.
- Comprender las características y peculiaridades del cliente más exigente para elaborar la estrategia de comunicación a través de las nuevas tecnologías.
- Desarrollar estrategias comerciales de éxito.
- Dominar las herramientas disponibles para establecer indicadores de medida.
- Dirigir y gestionar la reputación de la marca en los medios sociales de Internet.
- Analizar la metodología más habitual en Gestión de la Reputación Online.
- Diseñar un Plan de Marketing de contenidos.

CONTENIDOS

- **Unidad 1. Estrategia de marca.**
 - ¿Qué es una marca?
 - Branding
 - Estado de la marca: Imagen, posicionamiento, reputación y territorio
 - Técnicas de branding e identidad corporativa
 - Branding en la red: uso de Internet y redes sociales
 - Tendencias
 - La importancia de la reputación online
 - Situación de partida
 - Creación de la reputación online
 - Plan de gestión de crisis

- Análisis de la reputación online
- Conclusión
- ¿Por qué es importante la monitorización?
- Consejos para realizar escucha activa
- Ventajas de la escucha activa
- Herramientas de monitorización

- **Unidad 2. Marketing de contenidos.**

- Tipos de estrategia
- Newsletter y Blog
- Curación de contenidos
- Storytelling
- Una web social
- Las redes sociales
- Aplicación a negocio
- ¿Qué es un Community Manager?
- Tareas y funciones del Community Manager
- Metas del Community Manager
- Habilidades y aptitudes en la gestión de redes sociales
- Casos de éxito en gestión de redes sociales