

COMM091PO. Social media marketing y gestión de la reputación on line.

Sku: PIN733787

Horas: 40

OBJETIVOS

Caracterizar el nuevo contexto empresarial surgido con las redes sociales y el cambio cultural que supone, aprendiendo a adaptar las estrategias empresariales a las nuevas necesidades de consumo, de comunicación y de generación de oportunidades de negocio a través de las redes sociales y las nuevas tecnologías.

CONTENIDOS

Social media marketing y gestión de la reputación on line (comm091po)

1. Las redes sociales en la empresa. Redes sociales

- Facebook, LinkedIn, Xing, X (Ex Twitter)
- Beneficios
- Como integrar las Redes Sociales en la Estrategia corporativa
- Canales Adecuados
- Medir el Impacto

2. La creación de contenidos sociales

- Páginas web 2.0
- Los Blogs
- Integración de plataforma en la web. Video y Fotografía

3. MARKETING ON-LINE

- Introducción
- Social Media Marketing

4. SMO

- Herramientas básicas
- Herramientas de gestión
- Herramientas de multiposting
- Herramientas de gestión integral
- Herramientas de monitorización integral
- Nuevo Consumidor
- Detectar tendencias
- Publicidad en los Medios Sociales
- Como medir acciones on-line

5. Posicionamiento en buscadores

- ¿Qué es?
- Como funciona un buscador
- Factores
- On the page"

- Factores "Off the page"

6. Gestión de contenidos en comunidades virtuales

- Introducción
- Importancia de los contenidos
- Tipos de comunidades
- Tipos de contenidos
- Gestión de contenidos en la red

7. El community manager

- El responsable de la comunidad virtual
- Funciones
- Creación, gestión, moderación y dinamización de una comunidad
- Contenidos comerciales y comunidades comerciales
- Las 3 leyes de las comunidades virtuales
- La confianza
- Aspectos legales y propiedad intelectual

8. Reputación management: gestión de la reputación on-line contenidos teóricos

- Introducción
- ¿Qué es el ORM?
- Plan de reputación on-line
- Análisis
- Diagnóstico
- Plan y gestión de reputación activos
- Monitorización
- Desarrollo e implementación del plan
- Plan de comunicación
- El mapa de públicos /GDI
- Construcción de contenidos en función de los grupos de interés
- Táctica de activos. Análisis de la estrategia de portavocía on-line
- Amenazas en la estrategia de ORM