

MARKETING Y REPUTACION ONLINE: COMUNIDADES VIRTUALES

PLAN DE FORMACIÓN PARA LA ADQUISICIÓN Y MEJORA DE COMPETENCIAS
DIGITALES

DESTINATARIOS:

Trabajadores ocupados que prestan sus servicios retribuidos en empresas o en entidades públicas no incluidas en el ámbito de aplicación de los acuerdos de formación en las Administraciones públicas y cotizan a la Seguridad social en concepto de formación profesional del sector: SERVICIOS (OTROS).

DURACIÓN:

El curso tiene una duración total de 180 horas online.

Fecha de Impartición

Consultanos

Centro Formativo Planform

C/ Manuel Azaña, 22 - Valladolid

TEMARIO

1. LAS REDES SOCIALES EN LA EMPRESA.

- 1.1. Redes Sociales: Facebook, LinkedIn, Xing, Twitter.
- 1.2. Los Beneficios del Social Media en la Empresa.
- 1.3. Como integrar las Redes Sociales en la Estrategia corporativa.
- 1.4. Seleccionar los Canales Adecuados.
- 1.5. Medir el Impacto.

2. LA CREACIÓN DE CONTENIDOS SOCIALES.

- 2.1. Páginas web 2.0.
- 2.2. Los Blogs en la estrategia corporativa.
- 2.3. Integración de plataforma en la web.
- 2.4. Vídeo y Fotografía.

3. MARKETING ON-LINE.

- 3.1. Introducción del Marketing en Internet.
- 3.2. Social Media Marketing.
- 3.3. Nuevo Consumidor.
- 3.4. Cómo detectar tendencias.
- 3.5. Publicidad en los Medios Sociales.
- 3.6. Cómo medir acciones on-line.

4. POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES.

- 4.1. ¿Qué es el posicionamiento?
- 4.2. Cómo funciona un buscador.
- 4.3. Factores "On the page".
- 4.4. Factores "Off the page".
- 4.5. Consejos para contratar servicios de posicionamiento en buscadores.

5. SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION: HERRAMIENTAS PARA ACCIONES DE SMO.

- 5.1. Herramientas básicas.
- 5.2. Herramientas de gestión.
- 5.3. Herramientas de multiposting.
- 5.4. Herramientas de gestión integral.
- 5.5. Herramientas de monitorización integral

6. MODERACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS EN COMUNIDADES VIRTUALES.

- 6.1. Introducción.
- 6.2. La importancia de los contenidos en una comunidad.
- 6.3. Tareas y responsabilidades del Community Manager.
- 6.4. Buenas prácticas y malas prácticas.
- 6.5. Aspectos legales y propiedad intelectual.
- 6.6. Guía rápida para gestionar contenidos en la red.

7. ON-LINE REPUTATION MANAGEMENT: GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN ON-LINE.

- 7.1. Introducción.
- 7.2. ¿Qué es el ORM?
- 7.3. El plan de reputación on-line.
 - 7.3.1. Análisis.
 - 7.4. Desarrollo e implementación del plan.
 - 7.5. Análisis de la estrategia de portavocía on-line.
 - 7.6. Principales amenazas en la estrategia de ORM.
 - 7.7. Casos de gestión de reputación on-line actuales.
 - 7.8. Mejores y peores prácticas.

TOTALMENTE SUBVENCIONADO



Más información: 983 301 839