

DURACIÓN

70 HORAS

MODALIDAD

TELEFORMACIÓN

NIVEL DE ACCESO

NINGUNO

OBJETIVO

Al finalizar la Acción Formativa el alumno será capaz de:

- Conocer el poder de la Marca Personal en los entornos virtuales
- Saber cuáles son sus elementos diferenciales.
- Construir una imagen diferenciada y positiva.
- Reconocer la importancia de crear una marca personal que posibilite y fomente las relaciones sociales entre empresas

CONTENIDO

UNIDAD DIDÁCTICA 1: PERFIL DEL COMMUNITY MANAGER

- 1.1. Qué es un Community Manager.
- 1.2. Marca Personal.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING & COMUNICACIÓN 2.0

- 2.1. La Web 2.0 y Prosumidores 2.0.
- 2.2. La Marca 2.0 y la reputación online.
- 2.3. La Blogosfera.
- 2.4. Long Tail, eCommerce 2.0 y eCRM.
- 2.5. Cloud Computing.
- 2.6. Crowdsourcing y Crowdfunding.
- 2.7. Innovación en Comunicación y Marketing
- 2.8. Inteligencia económica y Open Data.
- 2.9. Marketing en buscadores.
- 2.10. Marketing Viral.
- 2.11. Mobile Marketing.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. USO PROFESIONAL DE REDES SOCIALES

- 3.1. Plataformas.
- 3.2. El ecosistema de las Apps y el entorno multidispositivo.
- 3.3. Métricas y ROI en redes sociales.
- 3.4. Herramientas para controlar los Social Media y SMO.
- 3.5. El Plan de Comunicación.
- 3.6. Creación de contenidos para tu comunidad.
- 3.7. Gestionar contenidos en un evento 2.0.
- 3.8. Aspectos jurídicos de las Nuevas Tecnologías ilustrados con casos prácticos.
- 3.9. Fidelización en redes sociales e Internet.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLAN DE MARKETING DIGITAL

