



SOCIAL MEDIA MARKETING Y GESTION DE LA REPUTACION ON LINE

MODALIDAD PRESENCIAL

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
- Conocer los diferentes medios sociales existentes e identificar los más idóneos para cada tipo de organización, así como tener las capacidades necesarias para gestionarlos de la forma adecuada a la política de cada empresa.
- Crear, gestionar, comprender y actuar sobre los diferentes contenidos de los distintos medios sociales.
- Conocer, identificar y gestionar los diferentes medios de posicionamiento y saber analizar los resultados que se obtienen en cada acción.
- Gestionar la reputación online mediante un plan de comunicación e intervención en los diferentes factores influyentes en la misma en el mundo web.



CONTENIDOS

- **Cuestionario de Evaluación Inicial**
- **MÓDULO 1. LAS REDES SOCIALES EN LA EMPRESA.**
- TEMA 1. Redes Sociales: Facebook, LinkedIn, Xing, Twitter.
- TEMA 2. Como integrar las Redes Sociales en la Estrategia corporativa.
- TEMA 3. La creación de contenidos sociales: Páginas web 2.0 . Los Blogs. Integración de plataforma en la web. Video y Fotografía.
- TEMA 4. Marketing on-line. Introducción. Social Media.
- TEMA 5. Marketing. SMO: Herramientas básicas. Herramientas de gestión. Herramientas de multiposting. Herramientas de gestión integral. Herramientas de monitorización integral.
- TEMA 6. Publicidad en los Medios Sociales. Cómo medir acciones on-line.
- **Actividades Adicionales y Refuerzo**
- **HORAS MÓDULO 1: 6 horas**



CONTENIDOS

- **MÓDULO 2. POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES.**
- TEMA 1. Cómo funciona un buscador.
- TEMA 2. Factores “On the page”.
- TEMA 3. Factores “Off the page”.
- TEMA 4. Gestión de contenidos en comunidades virtuales: Introducción. Importancia de los contenidos.
- TEMA 5. Tipos de comunidades. Tipos de contenidos. Gestión de contenidos en la red.
- **Actividades Adicionales y Refuerzo**
- **HORAS MÓDULO 2: 12 horas**



CONTENIDOS

- **MÓDULO 3. EL COMUNITY MANAGER.**
- TEMA 1. El responsable de la comunidad virtual. Funciones. Creación, gestión, moderación y dinamización de una comunidad.
- TEMA 2. Contenidos comerciales y comunidades comerciales.
- TEMA 3. Las 3 leyes de las comunidades virtuales.
- TEMA 4. Aspectos legales y propiedad intelectual.
- TEMA 5. Gestión de la reputación on-line.
- TEMA 6. Construcción de contenidos en función de los grupos de interés.
- **Actividades Adicionales y Refuerzo**
- **HORAS MÓDULO 3: 22 horas**

- **Cuestionario Evaluación Final**
- **HORAS TOTALES: 40**