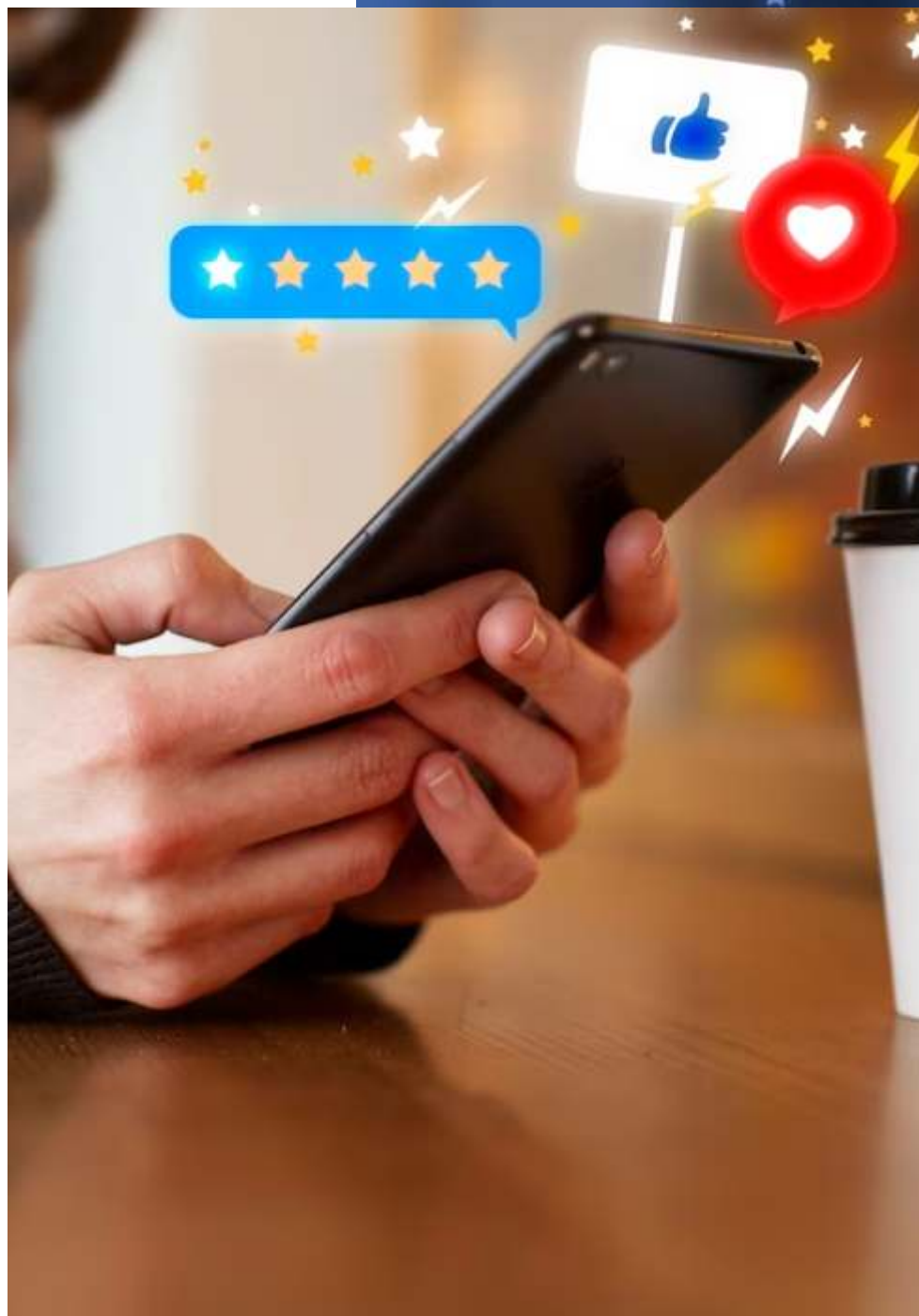


COMM085PO

Marketing y reputación OnLine: Comunidades Virtuales



El objetivo del curso es adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar las funciones propias del perfil de **Community Manager**, desarrollar un plan de marketing on line en su totalidad, así como llevar a cabo las actuaciones necesarias para la gestión de reputación on line de la empresa y mejorar su posicionamiento web.

Titulación

Al finalizar su especialidad formativa, obtendrá un certificado expedido por nuestro centro de formación avalado por el **Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social** y el **Servicio de Empleo Estatal (SEPE)**.



DURACIÓN

180 horas



MODALIDAD

Online



PRECIO

Gratis



TITULACIÓN

Oficial del Ministerio



Requisitos

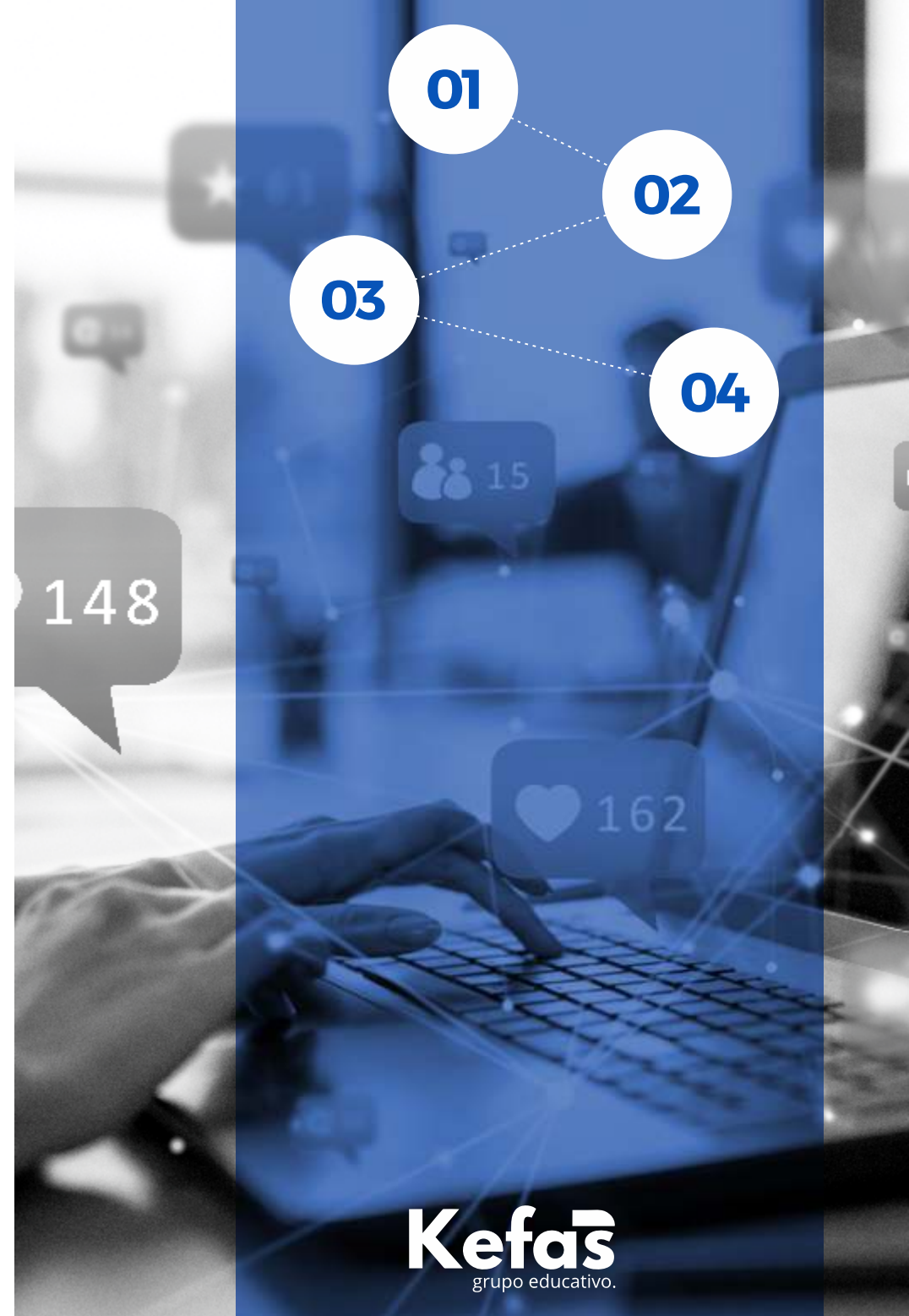
Para poder acceder a nuestros cursos gratuitos deberás ser desempleado, o bien autónomo o trabajador de uno de los siguientes sectores:

- Comercio.
- Delegaciones comerciales del Ente Público empresarial Loterías y Apuestas del Estado.
- Promoción, degustación, merchandising y distribución de muestras.
- Administraciones de Loterías.

En el caso de trabajadores en ERTE o de la economía social podrán realizar cursos gratuitos de cualquier ámbito sectorial.

Tendrán prioridad de plaza en el curso aquellas personas que pertenezcan a uno de los siguientes colectivos prioritarios:

- Jóvenes menores de 30 años.
- Mujeres.
- Trabajadores y trabajadoras de baja cualificación (Grupo de cotización: 06, 07, 09 o 10) o autónomos y desempleados que no estén en posesión de un carnet profesional, certificado de profesionalidad de nivel 2 o 3, título de formación profesional o de una titulación universitaria.
- Trabajadores y trabajadoras mayores de 45 años.
- Trabajadores y trabajadoras con discapacidad.
- Parados de larga duración.
- Trabajadores de Pymes.
- Trabajadores con contrato a tiempo parcial o temporal.



¿Qué metodología usamos en nuestros cursos?

Los cursos se realizan a través de nuestro Campus Virtual. Dicho campus se trata de un espacio lúdico creado para que el aprendizaje de nuestros alumnos sea fácil y eficaz. Es online, por lo que se puede formar desde cualquier parte, y tendrá a su servicio a un tutor experto en la materia.

El día de inicio de curso, se le enviará un email con las claves y el acceso a plataforma y, seguidamente, su tutor se pondrá en contacto con usted vía telefónica para darle la bienvenida, aclararle cualquier duda y guiarle durante todo el proceso. Dispondrá de diferentes vías de contacto con el resto de sus compañeros para intercambiar cualquier tipo de conocimiento o realizar preguntas y debates. Su tutor estará disponible, en sus horas de tutoría, para aclarar cualquier duda que le surgiera durante el desarrollo de la formación.

Dispondrá de una Guía Didáctica del alumno para que planifique su formación atendiendo a objetivos y contenidos. Recuerde que las fechas que vienen en esa guía van a ser orientativas y de planificación, nunca obligatorias, usted puede trabajar a su ritmo siempre y cuando, al finalizar la formación, tenga conseguido el 100% de contenido y evaluaciones.

¿Consumo créditos formativos de mi empresa?

Los cursos gratuitos para trabajadores y desempleados NO están bonificados, sino subvencionados por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social y el SEPE. Por esta razón no es necesario informar a su empresa que desea realizar esta formación y **no consume crédito formativo de su empresa.**

¿Puedo matricularme en un curso gratuito si estoy en ERTE?

La respuesta es sí, los trabajadores en ERTE se consideran como trabajadores en activo puesto que su contrato está en una situación de suspensión y no cancelado. Aquellos que se encuentren en una situación de ERTE al 100% podrán realizar acciones formativas de cualquier programa de formación con independencia del tipo y ámbito sectorial del mismo. En cambio, aquellos que estén en una situación de ERTE al 50% o cualquier otro porcentaje, deberán realizar cursos del sector al que tienen vinculado su contrato y su empresa.

¿Cuántos cursos puedo hacer?

No hay límites de curso por participante. Si elige la realización de más de un curso, nunca podrá realizarlo en las mismas fechas. Por lo tanto, deberá terminar un primer curso para poder empezar el resto de formación. Recuerde, tampoco podrá realizar más de un curso en la misma fecha aunque sea con una entidad diferente.



Programa

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 ONLINE

- 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.
 - 6.1.1. Los contenidos como base de la conversación.
- 6.2. La importancia de los contenidos en una comunidad.
 - 6.2.1. Tipos de comunidades.
 - 6.2.2. Tipos de contenidos.
- 6.3. Tareas y responsabilidades del Community Manager.
 - 6.3.1. El responsable de una comunidad virtual gestiona, modera y dinamiza.
 - 6.3.2. Búsqueda, identificación y selección de contenidos y personas.

6.3.3. Caso práctico de creación, gestión, moderación y dinamización de una comunidad.

6.3.4. Contenidos comerciales para comunidades comerciales.

6.3.5. Las 3 leyes de las comunidades virtuales.

6.4. Buenas prácticas y malas prácticas.

6.4.1. La confianza es la base de una comunidad.

6.4.2. Seguimiento de contenidos, personas y marcas en la red.

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?

7.2.1. Definición de reputación on-line.

7.3. El plan de reputación on-line.

7.3.1. Análisis.

7.3.2. Diagnóstico.

7.3.3. Plan de activos.

7.3.4. Monitorización.

7.4. Desarrollo e implementación del plan.

7.4.1. Gestión de activos.

7.4.2. Monitorización.

7.4.3. Desarrollo del Plan de Comunicación On-line.

7.4.4. El mapa de públicos/GDI.

7.4.5. Identificación de valores de capacidad de desarrollo.

7.4.6. Construcción de contenidos en función de los grupos de interés.

7.4.7. Táctica de activos.

7.5. Análisis de la estrategia de portavocía on-line.

7.6. Principales amenazas en la estrategia de ORM.

7.6.1. Debilidades en posicionamiento en buscadores para palabras clave.

7.6.2. Carencia de portavocía en la red y falta de un protocolo de actuación.

7.6.3. Falta de propagación y socialización.

7.6.4. Desprotección ante enemigos que posicionan por falta de activos propios.

7.6.5. Otras amenazas.

7.7. Casos de gestión de reputación on-line actuales.

7.7.1. Casos de éxito.

7.7.2. Casos de situaciones de crisis.

7.8. Mejores y peores prácticas.

7.8.1. Mejores prácticas.

7.8.2. Peores prácticas.