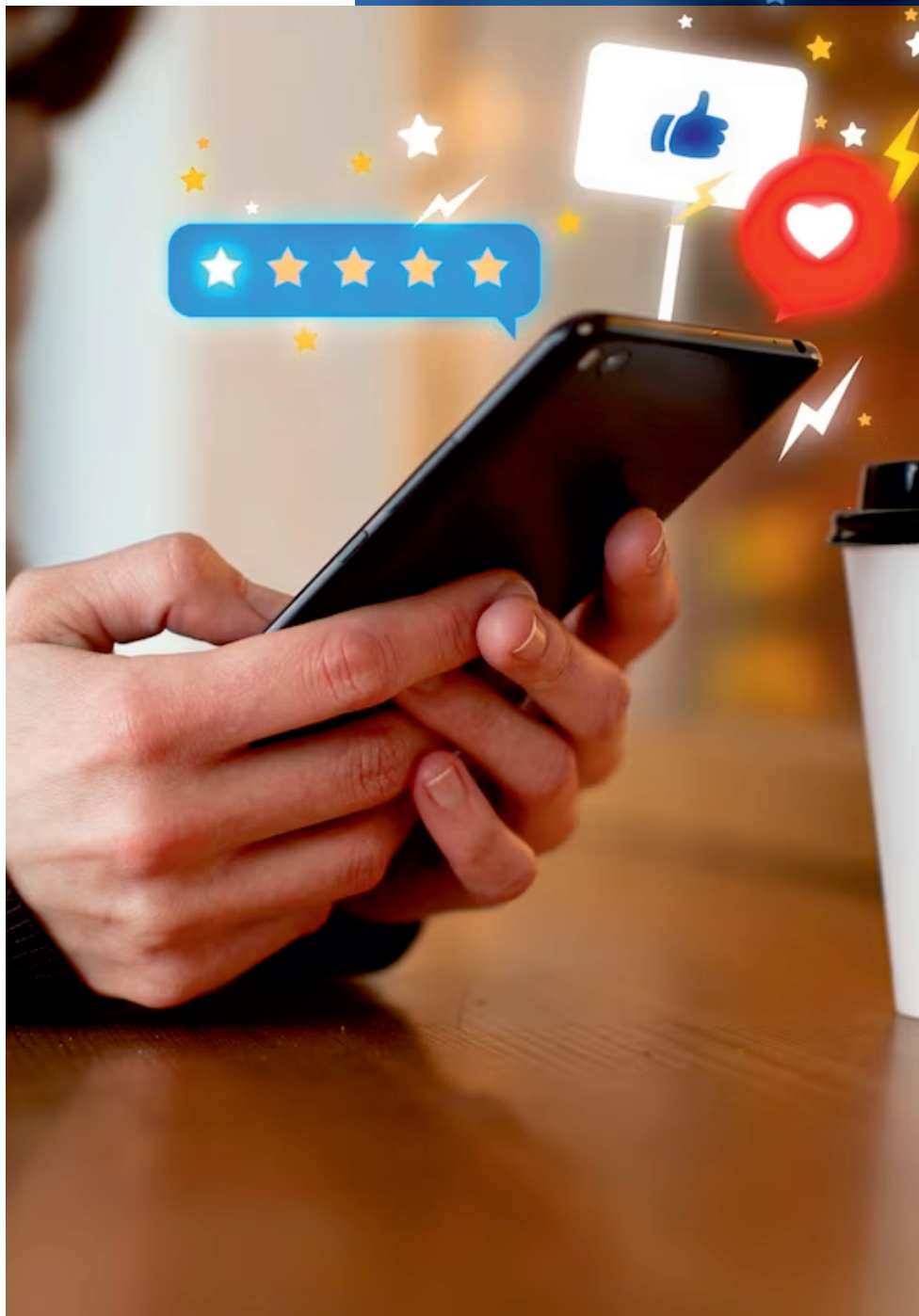


COMM085PO

Marketing y reputación OnLine: Comunidades Virtuales



Junta de Andalucía
Consejería de Empleo, Empresa
y Trabajo Autónomo



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 diploma expedido por nuestro centro de formación avalado por la **Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo** de la **Junta de Andalucía**.



Junta de Andalucía

Consejería de Empleo, Empresa
y Trabajo Autónomo



DURACIÓN y HORARIO

180 horas - Tardes



MODALIDAD

Presencial



LUGAR

Colegio Montaigne Sevilla

(Antigua Compalía de María del Porvenir)
C/ Colombia, 2, 41013, Sevilla



PRECIO

Gratis



TITULACIÓN

Diploma Oficial



Kefa3
grupo educativo.

Requisitos

La actividad formativa subvencionada irá dirigida prioritariamente a personas trabajadoras desempleadas no ocupadas, inscritas en el Servicio Andaluz de Empleo.

Asimismo, siempre que no haya inscripciones admitidas de personas trabajadoras desempleadas, podrán participar, en un porcentaje máximo del 30% por cada acción formativa, personas trabajadoras ocupadas cuyo centro de trabajo esté ubicado en Andalucía.



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.

Más información e inscripciones: kefas.es