

PROGRAMA FORMATIVO

Redes sociales y marketing 2.0. COMM092PO - versión online

Código: 14479

Modalidad: ON LINE

Duración: 60 horas

Objetivos:

Diferenciar las características del entorno 2.0, la nueva comunicación on-line y el impacto de las redes sociales y todas las posibilidades que nos ofrecen para proyectar la imagen/marca a través de la web social. También gestionar la imagen de su empresa en internet a través de las redes sociales y adecuar los contenidos para internet, en base a las necesidades de los usuarios. Finalmente establecer objetivos de comunicación en redes sociales y elaborar un plan de comunicación y su implementación.

- Determinar cómo hay que aplicar el protocolo en las diferentes situaciones y contextos.
- Analizar la evolución del marketing y de su relación con las relaciones públicas a lo largo del tiempo.
- Comprender las principales funciones y responsabilidades del perfil del community manager profesional.
- Conocer las principales redes sociales que las empresas pueden usar a nivel profesional.

Contenidos:

El protocolo en la empresa

Introducción
Concepto de protocolo
Tipos de protocolo
Protocolo en la empresa
Resumen

Relaciones públicas y marketing

Introducción
Introducción a la publicidad actual
La publicidad y la Web
El *marketing* unidireccional de la interrupción
Antiguas normas del *marketing*
Las relaciones públicas y la prensa
Antiguas normas de las relaciones públicas
Nuevas normas del *marketing* y de las relaciones públicas
Resumen

La figura del *community manager*

Introducción
¿Qué es un *community manager* y de qué se encarga?
Habilidades, aptitudes y actitudes de un *community manager*
Funciones y responsabilidades de un *community manager*
Los objetivos de un *community manager*
Tipos de *community manager*
Resumen

Redes sociales y web 2.0 (I)

Introducción
Medios sociales
Redes sociales
Resumen

Redes sociales y web 2.0 (II)

Introducción
Blogs

Microblogging
Wikis
Podcast
Plataformas de vídeo
Plataformas de fotografía
Resumen