

SOCIAL MEDIA MARKETING Y GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN ONLINE (online)

A QUIÉN VA DESTINADO a profesionales que tienen inquietudes por conocer cómo se ha de implementar en el negocio estrategias empresariales acordes a los nuevos tiempos y a las nuevas necesidades del cliente actual en esta era digital, que den mayor visibilidad a la marca y ayude a mejorar la reputación online.

PARA QUÉ CAPACITA para descubrir los beneficios que implica utilizar las redes sociales, como herramientas de comunicación y publicidad y gestionar una imagen reputacional a la altura de las exigencias de los consumidores del siglo XXI.

DURACIÓN 40 horas (la **modalidad online** permite empezar cuando se acuerde y adecuar los horarios a las propias necesidades. El curso se adapta al ritmo de aprendizaje de cada persona: hacer los ejercicios tantas veces como convenga).

FECHAS INICIO CADA 15 DÍAS (a determinar con cada empresa y/o participante).

PRECIO 300€ (bonificable 100%)¹

METODOLOGÍA

En este curso online se efectúa un seguimiento periódico del progreso, para ayudar a cumplir los requisitos exigidos para superar con éxito la formación. Los ejercicios de autoevaluación permiten reforzar, tantas veces como se requiera, los conocimientos que ya disponen los profesionales. A medida que se completan los ejercicios, el tutor informa del progreso, para crear una relación de confianza y proximidad. La comunicación se realiza por: red social del campus, e-mail, foro de dudas y por teléfono.

OBJETIVOS

- Adaptar las estrategias empresariales a las nuevas necesidades de consumo, de comunicación y de oportunidades de negocio a través de las redes sociales.
- Definir el nuevo escenario surgido con las redes sociales protagonistas de un cambio de tendencia en comunicación y consumo, obligando a las empresas a crear diferentes estrategias para cubrir las nuevas demandas del mercado.
- Conocer las claves de la eficiente gestión para crear y publicar contenidos.
- Abordar el concepto SMO (*social media optimization*) como una de las utilidades básicas del *marketing* digital comprendiendo su mecánica y su influencia en la actividad comercial del negocio y la importancia de sus herramientas.
- Identificar las variables que repercuten favorablemente para la optimización del posicionamiento de un sitio web en internet.
- Entender la gestión de contenidos como herramienta para ejercer influencia en la fidelización de clientes.
- Descubrir la figura del *community manager*, sus funciones y responsabilidades.
- Valorar la gestión ORM como recurso que ayuda a labrar la predisposición positiva de los usuarios hacia una marca.



CONTENIDOS

1. LAS REDES SOCIALES EN LA EMPRESA

Introducción: *Facebook, LinkedIn, Xing, Twitter*, entre otras. Beneficios
Cómo integrar las redes sociales en la estrategia corporativa
Canales adecuados
Medir el impacto

2. LA CREACIÓN DE CONTENIDOS SOCIALES

Páginas web 2.0
Los blogs
Integración de plataforma en la web
Vídeos y fotografías
Marketing online
Introducción: *Social media marketing*

3. SMO

Herramientas básicas, de gestión, de *multiposting*, de gestión integral y de monitorización integral
Nuevo consumidor. Detectar las tendencias
Publicidad en los medios sociales
Cómo medir acciones *online*

4. POSICIONAMIENTO EN LOS BUSCADORES

¿Qué es? Cómo funciona un buscador
Factores *on the page*
Factores *off the page*

5. GESTIÓN DE CONTENIDOS EN COMUNIDADES VIRTUALES

Importancia de los contenidos
Tipos de comunidades
Tipos de contenidos
Gestión de contenidos en la red

6. EL COMMUNITY MANAGER

El responsable de la comunidad virtual
Funciones
Creación, gestión, moderación y dinamización de una comunidad
Contenidos comerciales y comunidades comerciales
Las 3 leyes de las comunidades virtuales
La confianza
Aspectos legales y propiedad intelectual

7. REPUTATION MANAGEMENT. GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN ONLINE CONTENIDOS TEÓRICOS

¿Qué es el ORM? Plan de reputación *online*
Análisis. Diagnóstico
Plan y gestión de activos. Monitorización
Desarrollo e implementación del plan
Plan de comunicación
El mapa de públicos/GDI
Construcción de contenidos en función de los grupos de interés
Táctica de activos. Análisis de la estrategia de portavocía *online*
Amenazas en la estrategia de OR

¹ Para los trabajadores en activo contratados en régimen general (no autónomos), el importe total de este curso se puede bonificar 100% a través de la **Fundación Estatal para la Formación en el Empleo**, con el crédito anual que cada empresa dispone para realizar formación. **Le informamos del crédito disponible de su empresa.**