



Redes sociales y marketing 2.0

Modalidad:

e-learning con una duración 56 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.

Establecer objetivos de comunicación en redes sociales y elaborar un plan de comunicación y su implementación.

Contenidos:

UD1. El protocolo en la empresa

1.1. Concepto de protocolo.

1.2. Tipos de protocolo.

1.3. Protocolo en la empresa.

UD2. Relaciones públicas y Marketing

2.1. Introducción.

2.2. La publicidad y la Web.

2.3. El marketing unidireccional de la interrupción.

2.4. Antiguas normas del marketing.

2.5. Las relaciones públicas y la prensa.

2.6. Antiguas normas de las relaciones públicas.

2.7. Nuevas normas del marketing y de las relaciones públicas.





UD3. La figura del Community Manager

- 3.1. ¿Qué es un Community Manager y de qué se encarga?
- 3.2. Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager.
- 3.3. Funciones y responsabilidades de un Community Manager.
- 3.4. Los objetivos de un Community Manager.
- 3.5. Tipos de Community Manager.

UD4. Redes sociales y Web 2.0 (I)

- 4.1. Medios sociales.
- 4.2. Redes sociales.

UD5. Redes sociales y Web 2.0 (II)

- 5.1. Blogs.
- 5.2. Microblogging.
- 5.3. Wikis.
- 5.4. Podcast.
- 5.5. Plataformas de vídeo.
- 5.6. Plataformas de fotografía.

