

FUNDAMENTOS DE LA GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES



DURACIÓN:56 Horas

OBJETIVOS

Adquirir los conocimientos clave para desarrollar y entender las diferentes acciones de comunicación en las redes sociales desde el punto de vista de marketing Empresarial.

CONTENIDOS

1. WEB 2.0

1.1. ¿Qué es la web 2.0?. De la web 1.0 a la web 2.0.

1.2. El impacto en los modelos de comunicación. La era de la conversación digital.

1.3. Comunidades virtuales. Definición, características y fundamentos.

1.4. Las redes sociales como nuevo medio. Definición y características.

Diferencias entre comunidad virtual y red social.

1.5. Perfiles profesionales de la web 2.0.

2. MARKETING DIGITAL

2.1. Conceptos básicos sobre el marketing digital.

2.2. El nuevo valor de marca y su posicionamiento.

2.3. Principios del marketing relacional.

2.4. Marketing viral: comunicación, participación, viralidad.

2.5. La estrategia: el marketing social dentro del marketing mix 3.

3. LOS CONTENIDOS DIGITALES 2.0

3.1 Internet como canal de comunicación.

3.2. La redacción en entornos digitales.

3.3. La lectura en Internet.

3.4. El contenido audiovisual.

3.5. El fenómeno de la blogsfera. El blog corporativo.

4. LAS REDES SOCIALES

4.1. Clasificación de las redes sociales. Ventajas.

4.2. Facebook.

4.3. Tuenti.

4.4. Twitter.

4.5. Youtube.

4.6. Linked In.

4.7. Otras redes sociales: Flickr, Myspace, Vimeo, Xing.

4.8. Las redes sociales como medio publicitario.

4.9. ¿Cómo conseguir seguidores?

4.10. Casos de éxito.

5. COMMUNITY MANAGER COMO PERFIL PROFESIONAL

5.1. Community Management: funciones y perfiles profesionales.

5.2. La creación de comunidades virtuales.

5.3. Creación y gestión de contenidos 2.0. La búsqueda de fuentes de información.

5.4. La moderación en una comunidad 2.0.

5.5 La planificación de la comunicación. Objetivos y acciones de comunicación. Los conflictos en las redes sociales.

5.6. Gestión de redes sociales: Hootsuite, Tweet-Deck.

5.7. El día a día de un community manager.

6. ANALÍTICA Y MEDICIÓN

6.1. Qué es la analítica web.

6.2. Glosario de términos.

6.3. Introducción a Google Analytics.

6.4. La analítica en redes sociales.