
PROGRAMA FORMATIVO

Marketing 2.0: la gestión del social media en la empresa

Código: 4766

- **Modalidad: Distancia**
- **Duración: 120 horas**
- **Objetivos:**

Web 2.0 y redes sociales

Proporcionar los conocimientos y las herramientas necesarias sobre los nuevos cambios y aplicaciones 2.0. Conocer y aplicar las herramientas Web más utilizadas. Conocer las principales características y tipos de redes sociales, su uso, aplicaciones y sus riesgos. Analizar la importancia de las normas sociales en la red. Conocer las diferentes aplicaciones prácticas de la Web 2.0 y las redes sociales en el ámbito empresarial y formativo.

Introducción al Marketing en Internet. Marketing 2.0

Conocer las nuevas tendencias en la comunicación a través de las redes sociales en Internet. Introducir a los empresarios en el uso comercial que se puede hacer de la red social. Reciclar a los profesionales del marketing y de la comunicación con las últimas prácticas y técnicas de venta. Detectar nuevos nichos de mercado a través de los Social Media. Desarrollar estrategias encuadradas dentro del nuevo concepto del Marketing 2.0.

Community Manager en la web 2.0

Conocer una profesión de creación reciente que se está convirtiendo en una de las más solicitadas por las empresas que desean iniciar su implantación real en Internet. Aprender a utilizar las herramientas adecuadas para representar a una empresa en la red y para comunicarse con los usuarios de la web 2.0.

- **Contenidos:**

WEB 2.0 Y REDES SOCIALES

Introducción a la Web 2.0 y las Redes Sociales

Implicaciones y cambios sociales.
Contextualización y un poco de historia.
Hacia dónde vamos.
Glosario 2.0.

Aplicaciones Web 2.0.

Características de la Web 2.0.
Tipología de aplicaciones Web 2.0.

Redes Sociales

Características y funciones de las Redes Sociales.
Tipos de Redes Sociales.
Revisión y utilización de algunas Redes Sociales.
Redes Sociales más utilizadas.
Redes profesionales más utilizadas.
Seguridad en las redes sociales.
Análisis de algún caso práctico de éxito.

PROGRAMA FORMATIVO

Consideraciones generales para escribir, participar, colaborar y publicar en la Red.

Las normas sociales en la Red, ¿por qué se hacen necesarias?

Cómo escribir en la Web.

Cómo realizar citas bibliográficas y electrónicas.

Implicaciones prácticas de la Web 2.0 y las Redes Sociales en diferentes ámbitos

Introducción.

Implicaciones en el ámbito empresarial.

Implicaciones en el ámbito educativo.

ANEXO 1: Propuestas prácticas.

ANEXO 2: Desarrollo de un proyecto personal/colectivo Web 2.0. Actividad final global.

INTRODUCCIÓN AL MARKETING EN INTERNET. MARKETING 2.0

Marketing en internet

Enfoque estratégico.

Principios Básicos.

Plan de marketing online.

Web 2.0

Internet como modelo económico.

La Web 2.0 como concepto.

Cambio de paradigma. RSS.

Herramientas de la Web 2.0.

Marketing 2.0

Optimizar la integración.

Viralidad. Social Media Marketing.

Plan de Marketing 2.0.

Social Media Plan

Página web corporativa.

Banner.

Marketing en buscadores.

Blog corporativo.

Blogmarketing.

Nanoblogging-Microblogging.

Marketing en redes sociales.

Widget marketing.

Podcasting.

Dvivos. Unidad Práctica

La empresa.

Briefing.

Social Media Plan.

COMMUNITY MANAGER EN LA WEB 2.0

De la web corporativa a las redes sociales

Introducción: antecedentes históricos.

Los Social Media.

El Community manager.

PROGRAMA FORMATIVO

Cómo trabaja un Community Manager

Principios básicos del Community Manager.
Tareas y habilidades del Community Manager.
Planificación estratégica.

Las herramientas del Community Manager en la web 2.0

La publicación en blogs.
La publicación de fotografías e imágenes.
La publicación de presentaciones y otros textos.
La publicación de vídeo y audio.
Otras herramientas de publicación 2.0.

El Community Manager en las Redes Sociales

¿Qué son las redes sociales?
Facebook y las redes sociales de amistad.
Twitter y las redes de *Microblogging*.
Otras Redes sociales.

La medición de resultados

Herramientas del Community Manager.
La monitorización en *Facebook* y *Twitter*.
Otros aspectos de la Reputación Online.

Ética y valores en la web 2.0

La Netiqueta.
El nuevo tipo de consumidor en Internet.

➤ **Contenidos del CD:**

COMMUNITY MANAGER EN LA WEB 2.0

Tutorial Interactivo.