

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

1. Entender adecuadamente las labores a desempeñar como community manager para favorecer la comunicación empresarial. 2. Planificar estrategias efectivas para mejorar el impacto de las acciones como community manager, de cara a aumentar el impacto y buscar la viralidad. 3. Comprender la importancia de la reputación online para salvaguardar la imagen corporativa. 4. Obtener la capacidad para crear un plan de social media adecuado para nuestra estrategia de comunicación para completar el plan de marketing empresarial.

CONTENIDOS

Unidad 1. Fundamentos 1. El community manager, y eso... ¿Qué es? 2. Las funciones y tareas del community manager. 3. Consejos para realizar una buena labor como community manager. Unidad 2. Plan de marketing digital. 1. ¿Qué es un plan de marketing digital? 2. Análisis de la situación. 3. Definición de objetivos públicos. 4. Definición de estrategias. 5. Base tecnológica. 6. Plan de Social Media. Unidad 3. Crisis de reputación online. 1. La identidad digital y la reputación online. 2. Principales factores de la reputación online. 3. El origen de la crisis de la reputación online. 4. El manual de crisis de reputación. 5. Explora una crisis ¿Cómo la gestionamos? 6. La crisis ha pasado ¿Cómo la superamos? Unidad 4. Social Media Plan, la creación de una estrategia de publicaciones en redes sociales. 1. Plan de Social Media: la planificación allanará el camino. 2. La vertiente psicológica en el Social Media. 3. Puntos del plan de Social Media

