

Categorías: Comercio y marketing

### OBJETIVOS

- Adquirir conocimientos sobre web 2.0, Community Manager, posicionamiento natural SEO, marketing digital y herramientas de comunicación y publicidad 2.0. - Configurar un prólogo que sirva de base sólida para abarcar el concepto de web 2.0. Asimismo, crear un entorno online en el que navega un perfil de usuario que utiliza las redes sociales y los contenidos de internet para interactuar en diferentes escenarios, entre ellos, el ecosistema comercial, donde las empresas tienen que hacer un esfuerzo para tener identidad digital propia para ser reconocida por los consumidores y que estos se animen a interactuar. - Descubrir la figura del Community Manager, sus funciones y responsabilidades dentro de la labor profesional que requiere la gestión de contenidos en Social Media. - Reconocer la diversidad de canales genéricos de comunicación online donde se dan lugar infinitas interacciones de usuarios y empresas, además de conocer las prácticas de uso que caracterizan a cada una de ellas como comunidades virtuales. - Descubrir otra clasificación de redes sociales algo más especializadas y menos generales como son las redes verticales de comunicación social. Conocer sus usos y utilidades como herramienta de las marcas en la implementación de estrategias de marketing digital. - Descubrir la relevancia de los blogs corporativos como importantes medios sociales para la difusión de contenidos de alto valor dirigidos al consumidor promoviendo las relaciones, y conectando con un público objetivo para alcanzar la fidelización. - Conocer la diversidad de herramientas digitales que sirven como instrumentos de monitorización, medición y evaluación de las acciones de marketing, llevadas a cabo a través de las diferentes redes sociales. - Abordar las estrategias de marketing de Social Media como parte fundamental del plan de marketing integral de una empresa, a fin de conseguir el compromiso del consumidor y aprovechar el potencial que ofrecen las redes sociales. - Aprender a interpretar los datos proporcionados por las herramientas de medición, para que resulte más fácil aplicar esta información a las estrategias de marketing de Social Media. - Adquirir técnicas y conocimientos para la optimización de contenidos de Social Media para optar a ocupar las primeras posiciones de búsqueda de resultados en los principales buscadores de internet. - Descubrir el marketing digital como una de las herramientas más importantes en la gestión comercial de un negocio en el ámbito de internet. - Descubrir los componentes básicos que conforman la planificación de estrategias diversas de marketing digital para que estas puedan ser herramientas útiles en una actividad empresarial ajustada a los tiempos actuales. - Descubrir dos claves del marketing digital que, a modo de estrategias, sirven de herramientas para la personalización de mensajes y alcanzar el mayor número de clientes potenciales que navegan en internet. - Abordar las claves para ser capaz de poner en marcha una campaña de marketing one to one cuya característica principal es la personalización de los mensajes y la acertada atención a los clientes. - Comprender la importancia de la comunicación integral que, además de comunicar y aportar beneficios al consumidor, es una estrategia de empresa que permite generar una imagen de marca determinada en un entorno globalizado. - Descubrir la capacidad que tiene la publicidad online como potente herramienta de generación de negocio tanto para comercios y empresas que comercializan sus productos exclusivamente en canales online como para quienes utilizan otros canales tradicionales o alternan ambos.

