

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar las funciones propias del perfil de community manager, utilizando las redes sociales, a partir del plan de marketing digital definido. - Comprender las principales funciones y responsabilidades del puesto de trabajo de community manager. - Identificar los elementos básicos del marketing y la comunicación 2.0. - Describir las posibilidades de las redes sociales para las empresas. - Desarrollar un plan de marketing digital.

CONTENIDOS

Perfil del community manager Qué es un community manager. El día a día de un CM El departamento de social media: perfiles, objetivos, recursos Marca personal Testimonios de community managers Marketing & comunicación 2.0 La web 2.0 y prosumidores 2.0: Qué son los social media y la comunicación 2.0 La marca 2.0 y la reputación online La blogosfera Long tail, eCommerce 2.0 y eCRM Cloud computing Crowdsourcing y crowdfunding Innovación en comunicación y marketing: Mundos aumentados, mundos virtuales, mundos espejo, mundo lifelogging, inteligencia artificial, marketing Inteligencia económica y open data Marketing en buscadores Marketing viral Mobile marketing Uso profesional de las redes sociales Plataformas Facebook Twitter LinkedIn YouTube Instagram Google My Business CV digital eficaz Pinterest Geoposicionamiento, enfoque práctico RSS/Podcasting Plataformas de juegos sociales Blogs: WordPress. Demand Media El ecosistema de las apps y el entorno multidispositivo Métricas y ROI en redes sociales Herramientas para controlar los social media y SMO El plan de comunicación Creación de contenidos para tu comunidad Gestionar contenidos en un evento 2.0 Aspectos jurídicos de las nuevas tecnologías ilustrados con casos prácticos Fidelización en redes sociales e internet Plan de marketing digital Propuestas aplicadas a un plan de marketing digital Resultados de un plan de marketing digital

