

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Aplicar técnicas básicas para la creación de contenidos, conversación y escucha en los medios sociales de las nuevas comunidades virtuales, así como medición de la actividad. - Conocer el concepto de web 2.0 en la empresa y su evolución. - Saber cómo se gestionan las redes sociales de forma profesional. - Ser capaz de interpretar los datos y estadísticas en redes sociales y realizar un informe Social Media profesional.

CONTENIDOS

La web 2.0 en la empresa La evolución técnica de la web. Áreas de actuación de la empresa en la web 2.0. Extender el trabajo de nuestra empresa. Crear contenidos y conversar en medios sociales El Social Media. Redes sociales. Gestión de redes sociales. Marketing 2.0: marketing en la red. Escuchar y medir en medios sociales Cómo evaluar nuestro trabajo de Social Media. Limitaciones, éxitos y fracasos del Social Media. Gestión de crisis. Apuntes legales del Social Media.

