COMM060PO GESTIÓN DEL MARKETING Y COMUNIDADES VIRTUALES

SKU: EVOL-6599-iNO-B | **Categorías:** INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES, Redes Sociales

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	45
Acreditado por Universidad	NO
Créditos ECTS	0
Más información	CONTENIDO ADAPTADO A CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

Este Curso COMM060PO GESTIÓN DEL MARKETING Y COMUNIDADES VIRTUALES le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Comercio y marketing. Con este CURSO COMM060PO GESTIÓN DEL MARKETING Y COMUNIDADES VIRTUALES el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y ser capaz de gestionar la imagen de la empresa en internet y las redes sociales (elaboración y ejecución de un plan de reputación online) y dominar las técnicas del marketing online aplicadas a la gestión.

Contenidos

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROSPECCIÓN. EVALUACIÓN TENDENCIAS, COOLHUNTING Y SHOPPING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE COLECCIÓN. DEFINICIÓN DE ESTRUCTURA Y LANZAMIENTO DE COLECCIONES DE TEMPORADA, COLECCIONES CRUCERO, REPRISE Y PRONTO MODA

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DESARROLLO PRODUCTO. IDEAS, FICHAS, PROTOTIPOS, MUESTRAS Y PRODUCCIÓN. GESTIÓN DE LA CALIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING APLICADO A PRODUCTO. DEFINICIÓN DE PRECIOS, BRANDING, IMAGEN, CANAL Y PÚBLICO OBJETIVO. ETC. CÓMO REALIZAR REUNIONES EFECTIVAS Y MEJORAR LA COMUNICACIÓN CON TU EQUIPO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN PROVEEDORES. MATERIALES, PROVEEDORES, MUESTRAS, TRADINGS Y FERIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMUNICACIÓN INTERNA. PRESENTACIÓN A FUERZA DE VENTAS. LA EMPRESA Y MARCA COMO CLIENTE INTERNO

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LAS REDES SOCIALES.

1. Definición de entorno 2.0, como las Redes Sociales lo han cambiado todo
2. Cómo Desarrollar e Implementar una Estrategia Social Media de una forma coherente, simple y diferente
3. Uso Correcto de Facebook como herramienta clave de una correcta estrategia Social Media
4. Cómo 140 caracteres son capaces de crear oportunidad. Relevancia. Customer Care. RRPP e información pura y directa de nuestros clientes y competencia. Twitter, 200 millones y creciendo
5. Integración del blog como herramienta de Comunicación y Marketing de la Marca. Creación. Organización, de Qué hablar, Cuándo y Cómo
6. LinkedIn la red de contactos profesionales que multiplica las oportunidades de usuarios y empresas. Configuración de un perfil eficiente que ofrezca oportunidades de negocio
7. Buscando mayor efectividad, mejor expresión, más atención y viralidad. El video y Youtube los mejores aliados del Presente y mucho más del futuro
8. Organización del día a día de un Comunity Manager, ser eficaz siempre y en todo lugar
9. Medición, Retorno de Inversión, Eficacia de campañas. No hay una regla de oro, solo la medición descubrirá que funciona mejor para la comunidad de la Marca