REDES SOCIALES Y MARKETING 2.0

SKU: EVOL-6775-VNO-B | **Categorías:** INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES, Redes Sociales

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	60
Acreditado por Universidad	NO
Créditos ECTS	0

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

Diferenciar las características del entorno 2.0, la nueva comunicación on-line y el impacto de las redes sociales y todas las posibilidades que nos ofrecen para proyectar la imagen/marca a través de la web social. También gestionar la imagen de su empresa en internet a través de las redes sociales y adecuar los contenidos para internet, en base a las necesidades de los usuarios. Finalmente establecer objetivos de comunicación en redes sociales y elaborar un plan de comunicación y su implementación.

Contenidos

UD1. El protocolo en la empresa

1.1. Concepto de protocolo.
1.2. Tipos de protocolo.
1.3. Protocolo en la empresa.
UD2. Relaciones públicas y Marketing
2.1. Introducción.
2.2. La publicidad y la Web.
2.3. El marketing unidireccional de la interrupción.
2.4. Antiguas normas del marketing.
2.5. Las relaciones públicas y la prensa.
2.6. Antiguas normas de las relaciones públicas.
2.7. Nuevas normas del marketing y de las relaciones públicas.
UD3. La figura del Community Manager
3.1. ¿Qué es un Community Manager y de qué se encarga?
3.2. Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager.
3.3. Funciones y responsabilidades de un Community Manager.
3.4. Los objetivos de un Community Manager.
3.5. Tipos de Community Manager.

UD4. Redes sociales y Web 2.0 (I)
4.1. Medios sociales.
4.2. Redes sociales.
UD5. Redes sociales y Web 2.0 (II)
5.1. Blogs.
5.2. Microblogging.
5.3. Wikis.
5.4. Podcast.
5.5. Plataformas de vídeo.
5.6. Plataformas de fotografía.