



POSICIONAMIENTO 2.0 NUEVAS HERRAMIENTAS DE MARKETING-APLICACIONES PRÁCTICAS 40 HORAS

MÓDULO I: INTRODUCCIÓN A LA WEB 2.0 (5 HORAS)

1) INTRODUCCIÓN A LA WEB 2.0

¿QUÉ ES LA WEB 2.0?

CONCEPTOS BÁSICOS DE LA WEB 2.0

CREACIÓN DE VALOR, UNA REVOLUCIÓN PARA LA
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

MODELOS DE EXPLOTACIÓN COMERCIAL

ASPECTOS LEGALES

MÓDULO II: HERRAMIENTAS 2.0 (5 HORAS)

1) HERRAMIENTAS 2.0

BLOGS PROFESIONALES Y DE OPINIÓN

REDES SOCIALES: FACEBOOK, TUENTI, TWITTER,

REDES PROFESIONALES: LINKEDIN

CANALES 2.0: YOUTUBE, FLICKR,

REDES SOCIALES TEMÁTICAS: VINE, INSTAGRAMSTIÓN

MÓDULO III: EL PERFIL DEL USUARIO 2.0 (5 HORAS)

1) EL PERFIL DEL USUARIO 2.0
DÓNDE BUSCAR AL CONSUMIDOR 2.0
TIPOS DE CONSUMIDORES 2.0
¿QUÉ DEMANDA EL CONSUMIDOR 2.0?
O GESTIÓN DE COSTE EN PROYECTOS

MÓDULO IV: COMMUNITY MANAGER (5 HORAS)

1)QUÉ ES SER COMMUNITY MANAGER
2)FUNCIONES DEL COMMUNITY MANAGER
3)OTROS PROFESIONALES DEL SOCIAL MEDIA: DEL BRAND
4)CONTENT MANAGER AL CURATOR DE
CONTENIDOS
5)EL PAPEL DEL COMMUNITY MANAGER EN EL
POSICIONAMIENTO DE MARCA DE LA EMPRESA

MÓDULO V: APLICACIONES DE MEDICIÓN Y POSICIONAMIENTO (5 HORAS)

1)APLICACIONES DE MEDICIÓN Y POSICIONAMIENTO:
DEL ROI AL IOR:
MONITORIZACIÓN DE LA REPUTACIÓN
HERRAMIENTAS DE MONITORIZACIÓN GENERALES
HERRAMIENTAS DE MONITORIZACIÓN DE BLOGS
HERRAMIENTAS DE MONITORIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA
HERRAMIENTAS DE MONITORIZACIÓN GLOBALES DE PAGO
¿CÓMO CONSIGO UNA BUENA REPUTACIÓN EN EL SOCIAL
MEDIA?

MEDICIÓN DEL IMPACTO DE LA LABOR
PRESENTACIÓN DE INFORME DE IMPACTO ECTS)ESTIÓN DE
RRHH Y COMUNICACIONES

MÓDULO VI: EL PLAN ESTRATÉGICO PARA IMPULSAR LA IMAGEN PERSONAL Y PROFESIONAL (5 HORAS)

1)EL PLAN ESTRATÉGICO PARA IMPULSAR LA IMAGEN
PERSONAL Y PROFESIONAL
CONTENIDOS ESTRATÉGICOS A INCLUIR EN LAS
COMUNICACIONES 2.0

CREACIÓN DE COMUNIDADES Y GRUPOS 2.0
EVALUACIÓN Y PROPUESTA DE MEJORAS
PLANIFICACIÓN DEL PLAN 2.0
SEGUIMIENTO Y ANÁLISIS DE LAS COMUNIDADES 2.0

MÓDULO VII: LA COMUNICACIÓN EN LA 2.0 (5 HORAS)

1)LA COMUNICACIÓN EN LA 2.0
LA COMUNICACIÓN NO VERBAL EN INTERNET
LA COMUNICACIÓN VERBAL EN INTERNET
LA ESTRUCTURA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA WEB 2.0
CÓMO ESCRIBIR PARA LA RED, LA REDACCIÓN EN INTERNET

MÓDULO VIII: MARKETING PERSONAL Y PROFESIONAL (5 HORAS)

1) MARKETING PERSONAL Y PROFESIONAL:
UNA REVOLUCIÓN EN EL MARKETING

TIPOS DE ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE

HERRAMIENTAS DE MARKETING ONLINE:

FORMATOS INTEGRADOS O DISPLAYS

MARKETING EN BUSCADORES

EL SEO

EL SEM

MARKETING DE AFILIACIÓN

E-MAIL MARKETING