Community management - Marketing en las Redes Sociales

Community management - Marketing en las Redes Sociales

Duración: 60 horas

Precio: 420 euros.

Modalidad: e-learning

Objetivos:

OBJETIVOS: Los objetivos que persigue este curso son: • Establecer las pautas para que las empresas incrementen los beneficios que obtienen del uso de Internet mediante la aplicación de técnicas que mejoren sus comunicaciones, la captación y fidelización de clientes, la búsqueda de información, el análisis de la competencia, el posicionamiento de la empresa, la marca y sus productos o servicios, etc. • Conocer las Redes Sociales desde un punto de vista empresarial y como tener presencia en canales 2.0. • Medir la rentabilidad de las estrategias en Redes Sociales. • Conocer como promocionar las ventas mediante el uso de las principales Redes Sociales (Facebook, Twitter, YouTube,…). • Aplicación de técnicas de marketing mediante el uso del marketing mobile y el marketing viral. • Características principales que debe cumplir un Community Manager.

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2025

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.

© icaformación2025

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

1 Consideraciones generales

1.1 Definición de Redes Sociales
1.2 Concepto de marketing-mix
1.3 Integración de las Redes Sociales
1.4 Tipos de Redes Sociales
1.5 Bases del maketing en las Redes Sociales
1.6 Cuestionario: Consideraciones generales

2 Organización del trabajo en Redes Sociales

2.1 Introducción
2.2 Escuchar
2.3 Planificar la estrategia
2.4 Crear compromiso
2.5 Medir y evaluar
2.6 Definir una rutina
2.7 Cuestionario: Organización del trabajo en Redes Sociales

3 Medición de la estrategia en Redes Sociales

3.1 Introducción
3.2 Definir el objetivo
3.3 Monitorización
3.4 Plan de contingencia
3.5 Herramientas para el análisis del Social Media
3.6 Cuestionario: Medición de la Estrategia en Redes Sociales

4 Uso de las principales Redes Sociales

4.1 Facebook
4.2 Twitter
4.3 Vídeo marketing en YouTube
4.4 Estrategias en YouTube para generar tráfico en su página web
4.5 Linkedin
4.6 Cuestionario: Uso de las principales Redes Sociales

© icaformación2025

5 Valoración de los contactos en las Redes Sociales

5.1 Cuánto vale cada fan de la página Facebook
5.2 Cuánto vale cada seguidor de Twitter
5.3 Cuestionario: Consideraciones generales

6 La necesidad de crear un blog

6.1 Introducción
6.2 Selección de la plataforma de blog
6.3 Plugins recomendados para usar con Wordpress
6.4 Explotación del blog corporativo
6.5 Trucos para potenciar la visibilidad del blog
6.6 Cuestionario: La necesidad de crear un blog

7 Éxito y errores en Social Media

7.1 Introducción
7.2 Estrategia de blogging
7.3 Presencia en Facebook
7.4 Presencia en Twitter
7.5 Presencia en YouTube
7.6 Resumen caso de éxito
7.7 Errores de gestión de la reputación en Redes Sociales
7.8 Cuestionario: Éxito y errores en Social Media

8 Otras aplicaciones de marketing en Social Media

8.1 Marketing mobile
8.2 Qué es el Marketing viral
8.3 Cómo funciona el Marketing viral
8.4 Elementos de una estrategia del Marketing viral
8.5 Técnicas de Marketing viral
8.6 Elementos que componen una campaña de Marketing viral
8.7 Ingredientes que potencian un mensaje de Marketing viral
8.8 Cómo construir un mensaje viral eficaz
8.9 Cuestionario: Otras aplicaciones de marketing en Social Media

9 Community manager

9.1 Definiciones
9.2 Perfil y funciones específicas del Community Manager
9.3 Las 7 Ces del Community Manager
9.4 Cuestionario: Community manager
9.5 Cuestionario: Cuestionario final

CERTIFICACIÓN UNIVERSIDAD PONTIFICIA COMILLAS

© icaformación2025