

“Marketing empresarial a través del posicionamiento en Redes Sociales en Internet”

Introducción

Internet es hoy el medio natural de conversación y los canales son las redes sociales que se comportan como transistores de contenido e influyen en nuestra reputación de marca.

Toda empresa tiene una reputación digital, por ello se hace necesario aprender a desenvolvemos en la era digital.

Objetivos:

-Dotar a las personas asistentes un conocimiento amplio, práctico y detallado sobre las oportunidades que ofrece la web 2.0. y las Redes Sociales para empresas y profesionales.

-Diseñar una estrategia de comunicación, promoción y marketing online para conseguir una comunidad virtual de empresa y la masa crítica de usuarios inicial.

-Conocer las claves y el manejo de las herramientas 2.0 para rentabilizar el uso de las mismas.

-Comprender la importancia del Community Manager (Responsable de Comunidad) para posicionarnos en las diferentes Redes Sociales.

-Optimizar nuestra presencia en Redes Sociales.

DESTINATARIOS/AS: Emprendedores/as Creativos/as

Metodología

Las jornadas formativas se orientarán a la participación y capacitación. Realizaremos ejercicios para fijar los conceptos más importantes y se implementarán las prácticas con las herramientas propuestas.

Los contenidos del curso se impartirán mediante una metodología participativa; El desarrollo del curso permitirá apoyar cada concepto con el estudio de casos reales, análisis de contenidos en la red y utilización de las distintas herramientas tecnológicas existentes.

Contenidos:

Módulo 1: La Web 2.0

- Alcance de los Social Media
- ¿Community Manager ó Responsable de Comunidad?
- Las comunidades on-line
- Herramientas Imprescindibles de Gestión de Contenidos

Módulo 2: Facebook

- Perfiles, páginas y posibilidades
- Creación de una comunidad: herramientas y estrategias
- Facebook privado y facebook público
- Qué hacer y qué no hacer en FB
- Como gestionar contenido por aplicaciones
- Análisis de Estadísticas

Módulo 3: Twitter

- Cómo construir tu identidad en Twitter
- Promocionar contenido en Twitter
- Gestión de listas, cómo y para qué
- Relaciones con otras plataformas
- Estadísticas y análisis de cuentas
- Herramientas de Monitorización de Marca

Módulo 4: Universo Google

- Google+: el gran proyecto
- Herramientas de Google

Módulo 5: Otras Redes Sociales

- LinkedIn : Definiendo tu perfil. Participación en grupos de interés
- Youtube: El impacto del videomarketing
- Foursquare: La revolución de la geolocalización
- Flickr: la gran base de datos fotográfica
- Otras redes sociales minoritarias

Duración

- 25 horas