

COMM043PO. Fundamentos de la gestión de comunidades virtuales.

Horas

60

Acerca de este curso

Cod: PSCOMM043PO

• 1. WEB 2.0

- ¿Qué es la web 2.0?. De la web 1.0 a la web 2.0.
- El impacto en los modelos de comunicación. La era de la conversación digital.
- Comunidades virtuales. Definición, características y fundamentos.
- Las redes sociales como nuevo medio. Definición y características. Diferencias entre comunidad virtual y red social.
- Perfiles profesionales de la web 2.0.

• 2. Marketing digital

- Conceptos básicos sobre el marketing digital.
- El nuevo valor de marca y su posicionamiento.
- Principios del marketing relacional.
- Marketing viral: comunicación, participación, viralidad.
- La estrategia: el marketing social dentro del marketing mix 3.

• 3. Los contenidos digitales 2.0

- Internet como canal de comunicación.
- La redacción en entornos digitales.
- La lectura en Internet.
- El contenido audiovisual.
- El fenómeno de la blogsfera. El blog corporativo.

• 4. Las redes sociales

- Clasificación de las redes sociales. Ventajas.
- Facebook.
- Tuenti.
- Twitter.
- Youtube.
- Linked In.
- Otras redes sociales: Flickr, Myspace, Vimeo, Xing.
- Las redes sociales como medio publicitario.
- ¿Cómo conseguir seguidores?

- Casos de éxito.

- **5. Community manager como perfil profesional**

- Community Management: funciones y perfiles profesionales.
- La creación de comunidades virtuales.
- Creación y gestión de contenidos 2.0. La búsqueda de fuentes de información.
- La moderación en una comunidad 2.0.
- planificación de la comunicación. Objetivos y acciones de comunicación. Los conflictos en las redes sociales.
- Gestión de redes sociales: Hootsuite, Tweet-Deck.
- El día a día de un community manager.

- **6. Analítica y medición**

- Qué es la analítica web.
- Glosario de términos.
- Introducción a Google Analytics.
- La analítica en redes sociales.

¿Qué aprenderás?

- Adquirir los conocimientos clave para desarrollar y entender las diferentes acciones de comunicación en las redes sociales desde el punto de vista de marketing empresarial.