

REDES SOCIALES Y MARKETING 2.0



Área: General
Modalidad: Teleformación
Duración: 60 h
Precio: Consultar

[Curso Bonificable](#)
[Contactar](#)
[Recomendar](#)
[Matricularme](#)

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

1. EL PROTOCOLO EN LA EMPRESA.
 - 1.1. Concepto de protocolo.
 - 1.2. Tipos de protocolo.
 - 1.3. Protocolo en la empresa.
2. 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.
3. 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.
4. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (I).
 - 4.1. Medios sociales.
 - 4.2. Redes sociales.
5. 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