

# PROGRAMA FORMATIVO

## Social media marketing y gestión de la reputación online. COMM091PO - contenido online

### Objetivos:

- Caracterizar el nuevo contexto empresarial surgido con las redes sociales y el cambio cultural que supone, aprendiendo a adaptar las estrategias empresariales a las nuevas necesidades de consumo, de comunicación y de generación de oportunidades de negocio a través de las redes sociales y las nuevas tecnologías.
- Definir el nuevo escenario empresarial surgido a través de las redes sociales, las cuales han protagonizado un cambio de tendencia en la comunicación y el consumo, obligando a las empresas a crear diferentes estrategias para dar cobertura a las nuevas demandas del mercado.
- Comprender las claves de la eficiente gestión corporativa en la creación y publicación de contenidos sociales para optimizar la actividad del negocio.
- Abordar el concepto SMO (*social media optimization*) como una de las utilidades básicas del *marketing* digital comprendiendo su mecánica y su influencia en la actividad comercial del negocio y la importancia de sus herramientas.
- Identificar las variables que pueden repercutir favorablemente para la optimización del posicionamiento de un sitio web en internet.
- Entender la gestión de contenidos en las comunidades virtuales como herramienta empresarial para ejercer influencia en la fidelización de clientes.
- Descubrir la figura del *community manager*, sus funciones y responsabilidades dentro de la labor profesional que requiere la gestión de contenidos en *social media*.
- Conocer la gestión ORM como recurso que ayuda a labrar la predisposición positiva de los usuarios hacia una marca.

### Contenidos:

#### Las redes sociales en la empresa

##### Introducción

Redes sociales: *Facebook, LinkedIn, Xing, Twitter*, entre otras

##### Beneficios

Cómo integrar las redes sociales en la estrategia corporativa

##### Canales adecuados

##### Medir el impacto

##### Resumen

#### La creación de contenidos sociales

##### Introducción

##### Páginas web 2.0

##### Los blogs

##### Integración de plataforma en la web

##### Videos y fotografías

##### *Marketing online*

##### Introducción. *Social media marketing*

##### Resumen

#### SMO

##### Introducción

##### Herramientas básicas

##### Herramientas de gestión

##### Herramientas de *multiposting*

##### Herramientas de gestión integral

##### Herramientas de monitorización integral

##### Nuevo consumidor. Detectar las tendencias

##### Publicidad en los medios sociales

**Cómo medir acciones *online***

**Resumen**

**Posicionamiento en los buscadores**

**Introducción**

**¿Qué es? Cómo funciona un buscador**

**Factores *on the page***

**Factores *off the page***

**Resumen**

**Gestión de contenidos en comunidades virtuales**

**Introducción**

**Introducción a la gestión de contenidos en comunidades virtuales**

**Importancia de los contenidos**

**Tipos de comunidades**

**Tipos de contenidos**

**Gestión de contenidos en la red**

**Resumen**

**El *community manager***

**Introducción**

**El responsable de la comunidad virtual**

**Funciones**

**Creación, gestión, moderación y dinamización de una comunidad**

**Contenidos comerciales y comunidades comerciales**

**Las 3 leyes de las comunidades virtuales**

**La confianza**

**Aspectos legales y propiedad intelectual**

**Resumen**

***Reputation management*. Gestión de la reputación *online* contenidos teóricos**

**Introducción**

**Introducción a la *reputation management***

**¿Qué es el ORM? Plan de reputación *online***

**Análisis. Diagnóstico**

**Plan y gestión de activos. Monitorización**

**Desarrollo e implementación del plan**

**Plan de comunicación**

**El mapa de públicos/GDI**

**Construcción de contenidos en función de los grupos de interés**

**Táctica de activos. Análisis de la estrategia de portavocía *online***

**Amenazas en la estrategia de ORM**

**Resumen**