



info@atecid.com

Formación Bonificable



Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

Teleformación

COMM092PO: Redes sociales y marketing 2.0

Objetivos

□ **Objetivo General**

- 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.

□ **Objetivos Específicos**

- Ser conscientes de la importancia de integrar las comunicaciones de redes sociales en un plan de comunicación global de la empresa, y colaborar con ellas a la transmisión de un mensaje e imagen de marca unificados.
- Descubrir cómo el protocolo empresarial puede ayudar a la uniformidad de estas comunicaciones.
- Conocer las particularidades del protocolo de redes sociales.
- Obtener una visión completa del plan de marketing y su utilidad.
- Familiarizarse con el proceso de desarrollo de un plan de marketing digital.
- Comprender el alcance y la utilidad de las relaciones públicas como herramienta de comunicación.
- Abordar las relaciones públicas desde su función en el plan de marketing, a la vez que se analiza la diferencia entre ambos conceptos.
- Familiarizarse con la evolución de esta disciplina a lo largo del tiempo.
- Situar y valorar el papel de community manager en la empresa.
- Entender la necesidad de profesionalización de la gestión de las comunicaciones 2.0 de la empresa con su entorno.
- Conocer la función que el community manager realiza en la empresa.
- Familiarizarse con los medios que internet pone a disposición de los community manager para la gestión de las comunicaciones online.
- Distinguir la función del community manager con respecto de otros roles que están surgiendo alrededor de las comunicaciones online.

- Conocer las principales diferencias y relaciones entre los conceptos de redes sociales y medios sociales.
- Identificar los tipos de redes sociales y formas de calificarlas.
- Conocer los medios sociales a disposición de las empresas, sus peculiaridades y beneficios de incluirlas en la estrategia de marketing digital de la empresa.
- Ser consciente de los riesgos de utilizar profesionalmente las redes sociales.
- Entender el cambio que supone la aplicación de internet y los medios digitales a la gestión estratégica de las funciones de marketing.
- Conocer las diferentes posibilidades que internet ofrece de cara al desarrollo de estrategias de marketing.

Contenidos

COMM092PO: Redes sociales y marketing 2.0	Tiempo estimado
<p>Unidad 1: El protocolo en la empresa y el plan de marketing digital</p> <ul style="list-style-type: none"> • El protocolo en la empresa <ul style="list-style-type: none"> ○ Concepto de protocolo ○ Tipos de protocolo ○ Protocolo en la empresa ○ El protocolo de la comunicación ○ Componentes básicos del protocolo de redes sociales • El plan de marketing digital <ul style="list-style-type: none"> ○ Análisis de la situación. El entorno externo ○ Análisis de la situación. DAFO ○ Análisis de la posición en el mercado de la empresa ○ Definición del público objetivo ○ Definición de objetivos ○ Establecer un presupuesto ○ Desarrollo de una propuesta de marketing digital. <p>Estrategias didácticas</p>	10,45 horas
Cuestionario de Autoevaluación UA 01	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 01	45 minutos
Tiempo total de la unidad	12 horas
<p>Unidad 2: Relaciones públicas y marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • La relación entre las relaciones públicas y el marketing <ul style="list-style-type: none"> ○ Introducción a las relaciones públicas ○ La publicidad y la web ○ El marketing unidireccional de la institución ○ Marketing de atracción ○ Antiguas normas del marketing ○ Las relaciones públicas y la prensa ○ Antiguas normas de las relaciones públicas ○ Nuevas normas del marketing y de las relaciones públicas ○ Las relaciones públicas 2.0 	8,45 horas
Cuestionario de Autoevaluación UA 02	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 02	45 minutos
Tiempo total de la unidad	10 horas

<p>Unidad 3: La figura del community manager</p> <ul style="list-style-type: none"> • La figura del community manager <ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Qué es un community manager y de qué se encarga? ○ Funciones y responsabilidades de un community manager ○ Habilidades, aptitudes y actitudes de un community manager ○ La formación del community manager ○ Herramientas de un community manager ○ Los objetivos de un community manager ○ Tipos de community manager ○ El papel del community manager dentro de la empresa 	8,45 horas
Cuestionario de Autoevaluación UA 03	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 03	45 minutos
Tiempo total de la unidad	10 horas
<p>Unidad 4: Redes sociales y web 2.0</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medios sociales y redes sociales <ul style="list-style-type: none"> ○ Clasificación de los medios sociales • Blogs <ul style="list-style-type: none"> ○ Softwares y herramientas para blogs • Microblogging <ul style="list-style-type: none"> ○ Twitter • Wikis • Podcasts • Plataformas de fotografía <ul style="list-style-type: none"> ○ Instagram ○ Pinterest • Plataformas de vídeo <ul style="list-style-type: none"> ○ Youtube ○ Vimeo ○ Snapchat e ig stories • Plataformas de mensajería <ul style="list-style-type: none"> ○ Whatsapp • Facebook. La red social integradora • LinkedIn. La red social profesional • La cara b del uso de redes sociales en estrategias profesionales 	15,45 horas
Cuestionario de Autoevaluación UA 04	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 04	45 minutos
Tiempo total de la unidad	17 horas

<p>Unidad 5: Estrategias de marketing 2.0</p> <ul style="list-style-type: none"> • Del marketing tradicional al marketing 2.0 • El marketing digital • Estrategias de marketing digital <ul style="list-style-type: none"> ○ Marketing de contenidos ○ E-mail marketing ○ Publicidad en redes sociales ○ Posicionamiento web o SEO ○ SEM y Google Adwords ○ Marketing experiencial online ○ El consumidor como prescriptor ○ Marketing de influencers ○ Marketing viral 	9,45 horas
Cuestionario de Autoevaluación UA 05	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 05	45 minutos
Tiempo total de la unidad	11 horas
5 unidades	60 horas