

¡Hazte visible!

CURSO APLICADO DE MARKETING Y COMMUNITY MANAGER



Tu empresa o negocio tiene mucho que ofrecer, deja que te descubran. ¿Y si buscas empleo? aprende a desarrollar y fomentar tu marca personal dejando huella.

En una sociedad globalizada y tecnológica como la nuestra, a nadie se le puede escapar el protagonismo que han alcanzado los **medios sociales convirtiéndose en importantes canales de comunicación tanto para fines personales, informativos o comerciales.**

Pero **¿nos hemos parado a pensar si la forma de comportamiento o relación para cada propósito ha de ser igual en cada uno de los diferentes medios?** El extendido y casi uso diario de las redes sociales sin tener en cuenta la importancia de lo que se publica, la oportunidad o el momento de emisión, quizás haya hecho pensar que es igual de fácil escribir mensajes para nuestras propias marcas personales o comerciales obteniendo el mejor resultado publicitario, pero nada más alejado de la realidad. **Los objetivos de este curso van enfocados hacia dos campos de actuación:**

- **Marcas personales**
- **Marcas comerciales**

La comunicación se convierte en una herramienta fundamental de marketing y publicidad aplicable a nivel de empresa, emprendedor, autónomo, marca personal y comercial. Para ello en este primer curso aprenderemos a distinguir, reconocer y aplicar diferentes herramientas realizando sencillos trabajos prácticos al finalizar cada bloque de información.

PROGRAMA

Bloque 1: Internet como canal de marketing

Internet: canal de comunicación masiva e interactiva

Marketing Online

- Definición
- Objetivos
- Herramientas
 - Formatos Integrados o formatos de Display
 - Marketing en Buscadores
 - Optimización para motores de búsqueda: SEO Y SEM
 - Marketing de Afiliación
 - E-mail Marketing
 - Marketing de Contenidos
 - Social Media Optimization

Bloque 2: Fundamentos de Campañas de Marketing

Campaña de Marketing Online

- El proceso de planificación de una campaña
- Análisis DAFO
- El Plan de Marketing Online
 1. Marco estratégico
 2. Programa de actuaciones
- La Evaluación de Resultados

Estrategias de campañas de marketing online

- Impacto de marca, *Branding*

Generación de tráfico

- Generación de leads
- Conversión a ventas

Bloque 3: Social Media Marketing

Conceptos previos:

- Marca
 1. Valores de marca
 2. Target

3. Identidad visual y nombre

- Storytelling

Medios Sociales.

El nuevo consumidor. El usuario hiperconectado

Perfiles en Medios Sociales

- Cual, cuando y como debemos utilizar
- Características, herramientas, uso y aprovechamiento de las diferentes Redes Sociales (Facebook, Twitter, Google+, Instagram, LinkedIn, Geolocalización, tumblr, pinterest, youtube, yammer)
- Nuevas tendencias de plataformas de curación de contenidos

Foros

- Administración
- Cómo animar a los usuarios de un foro a participar
- Funcionamiento del foro
- Buenas prácticas de Community Management en foros

Wikis

- Wikipedia
- Marcas y Wikipedia

Blogs

- ¿Qué define a un blog?
- Perfil del blogger
- Recomendaciones de estilo
- Las empresas y la blogosfera
- Blogs corporativos.

Bloque 4. Creación de Identidad Social

Plan de Medios Sociales

- Análisis de la situación propia. Antecedentes.
- Análisis del sector.
- Análisis de la competencia.
- Definir nuestros objetivos
- Identificar tanto a nuestro público objetivo
- Estrategia y diseño

Bloque 5. Community Management

Estadísticas de resultados

- ¿Qué es la Analítica de Medios Sociales?
- Objetivos
- Definir métricas y KPIs.
 1. Métricas y KPIs más usuales según los objetivos más comunes.
 2. Aplicación práctica
 3. Elaboración de Informes de Impacto
- Gestión de la reputación
 1. Fases
 2. Herramientas de Monitorización

El día a día del Community Manager

- Herramientas de gestión.
- Herramientas de productividad
- Gestión de la comunidad.
- Gestión de Crisis.
- Gestión emocional
 1. Ante los usuarios de la comunidad.
 2. Tipos de usuarios conflictivos más usuales y cómo lidiar con ellos.
 3. Como gestionar el estrés que los usuarios conflictivos generan. La actitud a tomar
 4. Ante el exceso de información.
 5. Frente a las herramientas.