

COMM043PO FUNDAMENTOS DE LA GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES



180,00 € - 250,00 €

Este Curso COMM043PO FUNDAMENTOS DE LA GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Artes gráficas. Con este CURSO COMM043PO FUNDAMENTOS DE LA GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y 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.

Categorías: [Administración y Gestión](#), [Administración y Oficinas](#), [Certificados de Profesionalidad](#), [Certificados de Profesionalidad Online](#), [Cursos online](#) |

INFORMACIÓN

Duración	60 h
Modalidad	Online
Docencia	TUTOR PERSONAL

Prácticas	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS
Método de pago	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
Centro de empleo	AGENCIA DE COLOCACIÓN
Formación acreditada	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. WEB 2.0

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING DIGITAL

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS CONTENIDOS DIGITALES 2.0

1. Internet como canal de comunicación.
2. La redacción en entornos digitales.
3. La lectura en Internet.
4. El contenido audiovisual.
5. El fenómeno de la blogsfera. El blog corporativo.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS REDES SOCIALES

1. Clasificación de las redes sociales. Ventajas.

2. Facebook.
3. Tuenti.
4. Twitter.
5. Youtube.
6. Linked In.
7. Otras redes sociales: Flickr, Myspace, Vimeo, Xing.
8. Las redes sociales como medio publicitario.
9. ¿Cómo conseguir seguidores?
10. Casos de éxito.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMMUNITY MANAGER COMO PERFIL PROFESIONAL

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

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ANALÍTICA Y MEDICIÓN

1. Qué es la analítica web.
2. Glosario de términos.
3. Introducción a Google Analytics.
4. La analítica en redes sociales.