



Guía didáctica

COMM091PO. Social media marketing y
gestión de la reputación on line

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales y la presencia online se han convertido en elementos clave para cualquier empresa o profesional.

La capacidad de comunicarse de manera efectiva con los clientes, gestionar la reputación de una marca y aprovechar el marketing digital para generar oportunidades de negocio es esencial en un mercado competitivo.

Este curso está diseñado para proporcionar los conocimientos y herramientas necesarias para gestionar las redes sociales de manera profesional, crear contenido atractivo, aplicar estrategias de marketing digital y proteger la reputación online de una marca o negocio.

Combinaremos teoría y práctica para que puedan aplicar los conocimientos adquiridos en casos reales.

Estamos seguros de que este curso será una gran oportunidad para desarrollar habilidades esenciales en el mundo digital.

OBJETIVO GENERAL

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.

CONTENIDO FORMATIVO

COMM091PO	Social media marketing y gestión de la reputación on line	40 horas
UA1	Las redes sociales en la empresa <ul style="list-style-type: none"> • Redes Sociales: Facebook, Linkedin, Xing, Twitter. • Los beneficios del social media en la empresa. • Como integrar las redes sociales en la estrategia corporativa. • Seleccionar las canales adecuados. • Medir el impacto. 	2,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	3
UA2	La creación de contenidos sociales <ul style="list-style-type: none"> • Páginas web 2.0. • Los Blogs. • Integración de plataforma en la web. vídeo y fotografía. 	2,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	3
UA3	Marketing online <ul style="list-style-type: none"> • Introducción del marketing en internet. • Social Media Marketing (SMM) 	1,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	2
UA4	SMO <ul style="list-style-type: none"> • Herramientas básicas. • Herramientas de gestión. • Herramientas de multiposting. • Herramientas de gestión integral. • Herramientas de monitorización integral. • Nuevo consumidor. • Detectar tendencias. • Publicidad en los medios sociales. • Cómo medir acciones on-line. 	5,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	6

COMM091PO	Social media marketing y gestión de la reputación on line	40 horas
UA5	Posicionamiento en buscadores <ul style="list-style-type: none"> ¿Qué es? ¿Cómo funciona un buscador? Factores “On the page”. Factores “Off the page”. 	5,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	6
UA6	Gestión de contenidos en comunidades virtuales <ul style="list-style-type: none"> Introducción. Importancia de los contenidos. Tipos de comunidades. Tipos de contenidos. Gestión de contenidos en la red. 	2,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	3
UA7	El community manager <ul style="list-style-type: none"> 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. 	3,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	4

UA8	Reputation management: Gestión de la reputación on-line contenidos teóricos <ul style="list-style-type: none"> • Introducción • ¿Qué es el ORM? • Plan de reputación on-line. • Análisis. • Diagnóstico. • Plan y gestión de archivos. • 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 archivos. Análisis de estrategia de portavocía on-line. • Amenazas en la estrategia de ORM. 	7,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	8
	Test de evaluación final	1
	Actividad práctica de evaluación final	4