

---

**Curso: Marketing 2.0: La Gestión del Social Media en la Empresa - Obra completa - 3 volúmenes**

**Horas:**

**Objetivos:**

Proporcionar los conocimientos y las herramientas necesarias sobre los nuevos cambios y aplicaciones 2.0. Conocer y aplicar las herramientas Web más utilizadas. Conocer las principales características y tipos de redes sociales, su uso, aplicaciones y sus riesgos. Analizar la importancia de las normas sociales en la red. Conocer las diferentes aplicaciones prácticas de la Web 2.0 y las redes sociales en el ámbito empresarial y formativo.

Conocer las nuevas tendencias en la comunicación a través de las redes sociales en Internet. Introducir a los empresarios en el uso comercial que se puede hacer de la red social. Reciclar a los profesionales del marketing y de la comunicación con las últimas prácticas y técnicas de venta. Detectar nuevos nichos de mercado a través de los Social Media. Desarrollar estrategias encuadradas dentro del nuevo concepto del Marketing 2.0.

Conocer una profesión de creación reciente que se está convirtiendo en una de las más solicitadas por las empresas que desean iniciar su implantación real en Internet. Aprender a utilizar las herramientas adecuadas para representar a una empresa en la red y para comunicarse con los usuarios de la web 2.0.

**Dirigido a:**

A profesionales cuyas funciones estén vinculadas a las nuevas tecnologías y de información y la comunicación y a cualquier persona interesada en el estudio de la Web 2.0 y Redes Sociales. A usuarios de las nuevas redes sociales, a integrantes y responsables de departamentos de comunicación, publicidad, relaciones públicas y marketing, y empresarios interesados en las nuevas tendencias 2.0. A personas interesadas en los nuevos modelos de comunicación social a través de las comunidades online. A empresas que quieran usar la identidad 2.0 como sistema de comunicación dentro de una estrategia para la consecución de los objetivos y resultados. A responsables de comunicación que quieran ampliar su conocimiento sobre las estrategias de imagen de marca a través de los perfiles sociales. A organizaciones y fundaciones que quieran ampliar y mejorar su imagen y presencia en la red. A empresas preocupadas no solo por la venta sino por estrechar la comunicación y la implicación de sus clientes en la empresa. A pequeñas y medianas empresas que quieran tener presencia en internet a través de perfiles sociales. A docentes y profesores de economía, empresa y comunicación que deseen ampliar los conocimientos de marketing y comunicación on-line para empresas y organizaciones.

En definitiva, a toda persona interesada en realizar este curso en su modalidad on-line.

## FICHA TÉCNICA

### Capacita para:

Para el conocimiento y la puesta en práctica de las principales herramientas 2.0 para crear y editar contenidos, publicarlos y difundirlos, recuperarlos y acceder a ellos; así como para adentrarse en el mundo de las Redes Sociales y conocer sus múltiples usos. Para el desarrollo de nuevas estrategias de marketing adaptadas a los cambios sociales y basadas en los nuevos paradigmas de comunicación, bajo el calificativo profesional de Community Manager. Para dominar la tecnología y herramientas que permitan obtener el máximo rendimiento de las redes sociales y comunidades online (Facebook, Twitter, LinkedIn, blogs, etc.). Para la creación de soportes de comunicación que permitan establecer un diálogo directo con nuestros clientes para dar respuesta a los problemas, aportaciones y demandas. Para la creación de una actitud proactiva que sepa anticiparse a posibles oscilaciones en la demanda del mercado. Para conseguir ampliar los modelos de negocio tradicionales y hacer que la red sea también un espacio productivo para la empresa. Para conocer en profundidad las redes sociales y aprender a utilizar herramientas de comunicación y de evaluación de resultados en la red. Para elaborar e implementar estrategias de participación y diálogo que formen parte de los planes de marketing y que se integren en la consecución de los objetivos.

### Otros datos:

Este contenido también está dirigido para interesados que se inicien en tareas relacionadas con la Web 2.0 y las Redes Sociales.

Podrá aprender a utilizar las herramientas para poder trabajar de diferentes formas contenidos (vídeos, imágenes, documentos, etc.) a través de aplicaciones que ofrece la Web.

En este contenido se aborda la aplicabilidad práctica de las Redes Sociales en el mundo empresarial y educativo.

Con este material, los interesados serán capaces de identificar y analizar la situación ambiental de la empresa.

Se ofrecen además, múltiples referencias bibliográficas y electrónicas que, además de permitir facilitar la comprensión de los conocimientos también los amplían.

Internet se ha consolidado como el medio de comunicación con mayor crecimiento y evolución de los últimos años, gracias a la colaboración de los propios usuarios. Para la empresa es necesario conocer y seguir la evolución de este medio como soporte publicitario y de inversión.

Este material recoge a modo de introducción, aquellos usos del Marketing 2.0 desconocidos para la sociedad, pero muy desarrollados de forma efectiva por las grandes empresas.

Empresarios que quieran desarrollar estrategias de venta utilizando las últimas tendencias en el marketing.

Para dominar la tecnología y herramientas que permitan obtener el máximo rendimiento de las redes sociales y comunidades online (Facebook, Twitter, LinkedIn, blogs, etc.).

Para la creación de soportes de comunicación que permitan establecer un diálogo directo con nuestros clientes para dar respuesta a los problemas, aportaciones y demandas.

Para la creación de una actitud proactiva que sepa anticiparse a posibles oscilaciones en la demanda del mercado.

## FICHA TÉCNICA

Para conseguir ampliar los modelos de negocio tradicionales y hacer que la red sea también un espacio productivo para la empresa.

Para conocer en profundidad las redes sociales y aprender a utilizar herramientas de comunicación y de evaluación de resultados en la red.

Para elaborar e implementar estrategias de participación y diálogo que formen parte de los planes de marketing y que se integren en la consecución de los objetivos.

### **Contenido Formativo:**

#### **1. LA WEB 2.0 Y LAS REDES SOCIALES**

##### **2. Introducción a la web 2.0 y las redes sociales**

- 2.1. Introducción
- 2.2. Implicaciones y cambios sociales
- 2.3. Contextualización y un poco de historia
- 2.4. ¿Hacia dónde vamos?
- 2.5. Glosario 2.0

##### **3. Aplicaciones web 2.0**

- 3.1. Introducción
- 3.2. Características de la Web 2.0
- 3.3. Tipología de aplicaciones Web 2.0

##### **4. Redes sociales**

- 4.1. Introducción
- 4.2. Características y funciones de las redes sociales
- 4.3. Tipos de redes sociales
- 4.4. Revisión y utilización de algunas redes sociales
- 4.5. Redes sociales más utilizadas
- 4.6. Redes profesionales más utilizadas
- 4.7. Seguridad en las Redes Sociales
- 4.8. Análisis de algún caso práctico de éxito

##### **5. Consideraciones generales para escribir, participar, colaborar y publicar en la red**

- 5.1. Introducción
- 5.2. Las normas sociales en la red, ¿por qué se hacen necesarias?
- 5.3. Cómo Escribir en la web
- 5.4. Cómo realizar citas bibliográficas y electrónicas

##### **6. Implicaciones prácticas de la web 2.0 y las redes sociales en diferentes ámbitos**

- 6.1. Introducción
- 6.2. Implicaciones en el ámbito empresarial

## FICHA TÉCNICA

6.3. implicaciones en el ámbito educativo

### **7. INTRODUCCIÓN AL MARKETING EN INTERNET: MARKETING 2.0**

#### **8. Marketing en internet**

- 8.1. Introducción
- 8.2. Enfoque estratégico
- 8.3. Principios básicos y errores más comunes
- 8.4. Plan de marketing online

#### **9. Web 2.0**

- 9.1. Introducción
- 9.2. Internet como modelo económico
- 9.3. La web 2.0 como concepto
- 9.4. Cambio de paradigma
- 9.5. RSS
- 9.6. Herramientas de la web 2.0

#### **10. Marketing 2.0**

- 10.1. Introducción
- 10.2. Optimizar la integración
- 10.3. Viralidad
- 10.4. Social Media Marketing
- 10.5. Plan de Marketing 2.0

#### **11. Social Media Plan**

- 11.1. Introducción
- 11.2. Página web corporativa
- 11.3. Banner
- 11.4. Marketing en buscadores
- 11.5. Blog corporativo
- 11.6. Blogmarketing
- 11.7. Nanoblogging - Microblogging
- 11.8. Marketing en redes sociales
- 11.9. Widget Marketing
- 11.10. Podcasting

#### **12. Dvinos**

- 12.1. Introducción
- 12.2. La empresa
- 12.3. Briefing
- 12.4. Social media plan

### **EL COMMUNITY MANAGER EN LA WEB 2.0**

## FICHA TÉCNICA

### **De la web corporativa a las redes sociales**

**Introducción: Antecedentes históricos**  
**Los Social Media**  
**El Community Manager**

### **Cómo trabaja un Community Manager**

**Introducción**  
**Principios básicos del Community Manager**  
**Tareas y habilidades del Community Manager**  
**Planificación Estratégica**

### **Las herramientas del Community Manager en la Web 2.0**

**Introducción**  
**La publicación en blogs**  
**La publicación de fotografías e imágenes**  
**La publicación de presentaciones y otros textos**  
**La publicación de vídeo y audio**  
**Otras herramientas de publicación 2.0**

### **El Community Manager en las redes sociales**

**Introducción**  
**¿Qué son las redes sociales?**  
**Facebook y las redes sociales de amistad**  
**Twitter y las redes de Microblogging**  
**Otras Redes sociales**

### **La medición de resultados**

**Introducción**  
**Herramientas del Community Manager**  
**La monitorización en Facebook y Twitter**  
**Otros aspectos de la reputación On-line**

### **Ética y valores en la Web 2.0**

**Introducción**  
**La Netiqueta**  
**El nuevo tipo de consumidor en Internet**

### **\* CONTENIDOS DE LOS CD:**

#### **Web 2.0 y redes sociales**

**CD-ROM interactivo que le ayudará mediante animaciones, actividades interactivas y ejercicios de autoevaluación a reforzar lo aprendido en el manual.**

#### **Introducción al Marketing: Marketing 2.0**

## FICHA TÉCNICA

**CD-ROM interactivo que le ayudará mediante animaciones, actividades interactivas y ejercicios de autoevaluación a reforzar lo aprendido en el manual.**

**Community manager en la web 2.0**

**CD-ROM interactivo que le ayudará mediante animaciones, actividades interactivas y ejercicios de autoevaluación a reforzar lo aprendido en el manual.**