



DOBLE TITULACIÓN: Curso acreditado por la Universidad Francisco de Vitoria

Objetivos

- Conocer las diferencias entre Web 1.0 y 2.0
- Conocer qué son las Comunidades virtuales y las redes sociales y las diferencias de cada una de ellas
- Qué es el marketing digital frente al marketing tradicional
- Conocer qué son marketing relacional y viral
- Marketing mix y su evolución con Internet
- Conocer las características y la estructura de los contenidos en Internet
- Analizar el fenómeno blog desde el punto de vista corporativo
- Conocer las principales redes sociales y sus características
- Conocer las ventajas e inconvenientes de cada una de ellas
- Algunas técnicas para conseguir seguidores
- Conocer casos de éxito y de fracaso en redes sociales
- Definir el perfil profesional del Community Manager
- Cómo generar contenidos
- Aspectos a tener en cuenta en la Planificación, gestión y moderación de una comunidad digital.
Cómo afrontar los conflictos
- Establecer el alcance de la analítica web
- Conocer algunos términos relacionados con la analítica
- Visión general de Google Analytics como principal herramienta
- Cómo realizar analítica en las redes sociales

Programa

Unidad Didáctica 1: Introducción

- 1.1. ¿Qué es la web 2.0?. De la web 1.0 a la web 2.0.
- 1.2. El impacto en los modelos de comunicación. La era de la conversación digital.
- 1.3. Comunidades virtuales. Definición, características y fundamentos
- 1.4. Las redes sociales como nuevo medio. Definición y características. Diferencias entre comunidad virtual y red social

1.5. Perfiles profesionales de la web 2.0

Unidad Didáctica 2. El nuevo marketing comercial

2.1. Conceptos básicos sobre el marketing digital

2.2. El nuevo valor de marca y su posicionamiento

2.3. Principios del marketing relacional

2.4. Marketing viral: comunicación, participación, viralidad

2.5. La estrategia: el marketing social dentro del marketing mix 3.

Unidad Didáctica 3: Los contenidos digitales 2.0.

3.1 Internet como canal de comunicación

3.2. La redacción en entornos digitales

3.3. La lectura en Internet

3.4. El contenido audiovisual

3.5. El fenómeno de la blogsfera. El blog corporativo

Unidad Didáctica 4: Las redes sociales

4.1. Clasificación de las redes sociales. Ventajas

4.2. Facebook

4.3. Tuenti

4.4. Twitter

4.5. Youtube

4.6. Linked In

4.7. Otras redes sociales: Flickr, Myspace, Vimeo, Xing

4.8. Las redes sociales como medio publicitario

4.9. ¿Cómo conseguir seguidores?

4.10. Casos de éxito.

Unidad Didáctica 5: Community manager como perfil profesional

5.1. Community Management: funciones y perfiles profesionales

5.2. La creación de comunidades virtuales

5.3. Creación y gestión de contenidos 2.0. La búsqueda de fuentes de información

5.4. La moderación en una comunidad 2.0

5.5 La planificación de la comunicación. Objetivos y acciones de comunicación. Los conflictos en las redes sociales

5.6. Gestión de redes sociales: Hootsuite, Tweet-Deck

5.7. El día a día de un community manager

Unidad Didáctica 6: Analítica y medición.

6.1. Qué es la analítica web

6.2. Glosario de términos

6.3. Introducción a Google Analytics

6.4. La analítica en redes sociales.

Diploma

Al finalizar el curso el alumno recibirá un Diploma o Certificado de Aprovechamiento.

'Enseñanza que no conduce a la obtención de un título con valor oficial'.

Curso acreditado por la Universidad Francisco de Vitoria

Formación necesaria para acceder con éxito al curso

Se aconseja tener conocimiento de Marketing y Comunicación

Especificaciones

Curso Scorm. Ejercicios prácticos y Evaluaciones integrados en temario. Animaciones, esquemas, videos de producción propia, etc.

Videos de presentación de la Unidad Formativa Foros abiertos para el debate de los casos prácticos propuestos en el curso.

HARDWARE NECESARIO Y PERIFÉRICOS ASOCIADOS

- Ordenador y conexión a Internet

SOFTWARE NECESARIO

- Acrobat Reader, versión 6.0 o superior, o Foxit Reader, versión 2.3 o superior
- Adobe Flash Player
- Java Sun (Google Chrome requiere la actualización 10 de la versión de Java)
- Reproductor de Windows Media Player a partir de la versión 9

El Campus Virtual funciona correctamente con los siguientes navegadores

- Internet Explorer a partir de v8
- Google Chrome v22

- Mozilla Firefox v15
- Safari v5

TIEMPO DE RESPUESTA

Los tutores pedagógicos atenderán a los alumnos en un plazo de 24 horas y los tutores de contenido en un plazo máximo de 48 horas en días laborables.

SERVICIOS DEL CAMPUS VIRTUAL

Guía didáctica. En ella se marcan y explican las pautas, orientaciones y recomendaciones necesarias para el seguimiento y aprovechamiento adecuado del curso.

CONTENIDOS

Los contenidos de este curso han sido realizados por un equipo multidisciplinar, entre los que se encuentran expertos en la materia que se desarrolla, pedagogos, docentes y técnicos informáticos en desarrollos multimedia.

