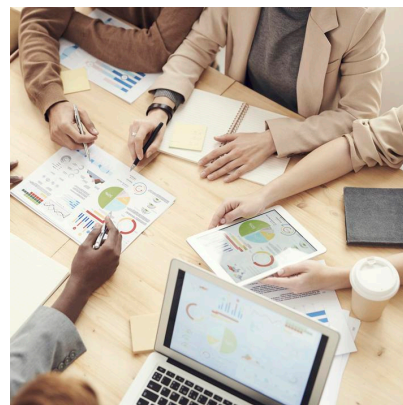









REDES SOCIALES Y MARKETING 2.0.



	ONLINE		
	Duración: 60 H	Horas presenciales: 0 H	Horas online: 60 H
	Familia: COMERCIO Y MARKETING Área: NO PRL		
	Dirigido a: - Trabajadores, personas desempleadas, autónomos, personal de dirección, etc. que deseen adquirir, mejorar o afianzar los conocimientos teórico-prácticos relacionados con su puesto de trabajo o su pasada, presente o futura trayectoria laboral, con una formación académica acorde con las exigencias requeridas para realizar la acción formativa con aprovechamiento.		
	Objetivos: Diferenciar las características del entorno 2.0, la nueva comunicación on-line y el impacto de las redes sociales y todas las posibilidades que nos ofrecen para proyectar la imagen/marca a través de la web social. También gestionar la imagen de su empresa en internet a través de las redes sociales y adecuar los contenidos para internet, en base a las necesidades de los usuarios. Finalmente establecer objetivos de comunicación en redes sociales y elaborar un plan de comunicación y su implementación. - Determinar cómo hay que aplicar el protocolo en las diferentes situaciones y contextos. - Analizar la evolución del marketing y de su relación con las relaciones públicas a lo largo del tiempo. - Comprender las principales funciones y responsabilidades del perfil del community manager profesional. - Conocer las principales redes sociales que las empresas pueden usar a nivel profesional.		
	Metodología: Metodología basada en la realización de la formación a través de una plataforma de teleformación o e-learning, permitiendo al alumno interactuar con el tutor/a, a través de tutorías personalizadas y otras herramientas como chat, foros, etc., desde un desarrollo planificado y sistematizado de la acción formativa, permitiendo al alumno realizar la formación desde cualquier lugar y a en todas las franjas horarias, evitando así desplazamientos pudiendo conciliar vida familiar y laboral. El contenido se basa en paquetes SCORM, vídeos, actividades, exámenes, etc.		
	Contenidos: El protocolo en la empresa Introducción Concepto de protocolo		

Tipos de protocolo
Protocolo en la empresa
Resumen
Relaciones públicas y marketing
Introducción
Introducción a la publicidad actual
La publicidad y la Web
El marketing unidireccional de la interrupción
Antiguas normas del marketing
Las relaciones públicas y la prensa
Antiguas normas de las relaciones públicas
Nuevas normas del marketing y de las relaciones públicas
Resumen
La figura del community manager
Introducción
¿Qué es un community manager y de qué se encarga?
Habilidades, aptitudes y actitudes de un community manager
Funciones y responsabilidades de un community manager
Los objetivos de un community manager
Tipos de community manager
Resumen
Redes sociales y web 2.0 (I)
Introducción
Medios sociales
Redes sociales
Resumen
Redes sociales y web 2.0 (II)
Introducción
Blogs
Microblogging
Wikis
Podcast
Plataformas de vídeo
Plataformas de fotografía
Resumen