

Marketing Básico en Medios Sociales

Objetivos

Aplicar técnicas básicas para la creación de contenidos, conversación y escucha en los medios sociales de las nuevas comunidades virtuales, así como medición de la actividad.

Contenidos

UD 1. La web 2.0 en la empresa.

La evolución técnica de la Web.

Áreas de actuación de la empresa en la web 2.0.

Extender el trabajo de nuestra empresa.

UD 2. Crear contenidos y conversar en medios sociales.

El social media.

Redes sociales.

Gestión de redes sociales.

Marketing 2.0: marketing en la red.

UD 3. Escuchar y medir en medios sociales.

Cómo evaluar nuestro trabajo de Social Media.

Limitaciones, éxitos y fracasos del Social Media.

Gestión de crisis.

Apuntes legales del Social Media.