

Community manager

Objetivos

Todos creemos conocer qué es y para qué sirve Internet hoy en día, pero como muchos saben, esto no es del todo cierto, ya que Internet es algo vivo que cambia y evoluciona con una rapidez sorprendente. La mayoría de las empresas se esfuerzan por diseñar páginas web que agraden a sus clientes, pero desafortunadamente muchas de ellas desconocen, o simplemente se olvidan de que, para alcanzar el nivel de visibilidad en Internet deseado es necesario disponer de una correcta estrategia online que consiga integrar en Internet todos los procesos publicitarios y comerciales de su negocio. Aquí es donde entra en juego el posicionamiento. Cuando hablamos de posicionar correctamente un sitio web, hablamos de posicionamiento de palabras claves, es decir, los términos que buscarán los potenciales clientes. Hacer entender esto y aplicarlo a su propio sector comercial o empresa es lo que se pretende con este curso.

Contenidos

1. Las redes sociales. El community manager
2. Monitorizar, analizar y medir las redes sociales: herramientas y técnicas
3. Las redes sociales en el plan de marketing
4. Las redes sociales y la comunicación: su análisis como medio y como soporte publicitario
5. Construir relaciones: el nuevo marketing relacional
6. Creatividad y redes sociales
7. Los blogs
8. Descripción de las principales redes sociales