



COMM106PO. MODELOS DE HIPERCRECIMIENTO EN LA ERA DIGITAL

SKU: PS806

Horas [30](#)

OBJETIVOS

Entregar productos con altos estándares técnicos y de calidad comprendiendo el desarrollo de los procesos industriales.

Aplicar las técnicas básicas de gestión online de una marca.

Dominar las herramientas disponibles para establecer indicadores de medida.

Dirigir y gestionar la reputación de la marca en los medios sociales de Internet.

Conocer las posibles pautas de conversación en redes sociales.

Analizar la metodología más habitual en Gestión de la Reputación Online.

Aplicar las técnicas básicas de gestión online de una marca.

Aplicar e integrar las Redes Sociales en la organización para potenciar la Reputación de la empresa a través de Internet y saber interactuar delante de oportunidades y riesgos reputacionales.

CONTENIDO

1. PLAN DE MARKETING DIGITAL

1.1. Plan de marketing

1.2. ¿Qué es el marketing digital?

1.3. Estrategias para marketing digital

2. BRANDING

2.1. ¿Qué es una marca?

2.2. Branding

2.3. Estado de la marca: Imagen, posicionamiento, reputación y territorio

2.4. Técnicas de branding e identidad corporativa

2.5. Branding en la red: uso de Internet y redes sociales

2.6. Tendencias

2.7. La importancia de la reputación online

2.8. Situación de partida

2.9. Creación de la reputación online

- 2.10. Plan de gestión de crisis
- 2.11. Análisis de la reputación online
- 2.12. Conclusión
- 2.13. ¿Por qué es importante?
- 2.14. Consejos para realizar escucha activa
- 2.15. Ventajas de la escucha activa
- 2.16. Herramientas de monitorización