

Reputación y estrategias de marca (20h)

Objetivos

Identificar y describir los elementos básicos que conforman una marca para definir así estrategias en el entorno digital.

Duración: 20 horas online con una duración de 1 mes en plataforma

Contenidos

UNIDAD	CONTENIDOS
1. Estrategias de Branding y Comunicación	<ul style="list-style-type: none">1.1 Introducción1.2 ¿Qué es?1.3 Características1.4 Estrategia de branding1.5 Caso de éxito1.6 Profundiza
2. Plan de Marketing Digital	<ul style="list-style-type: none">2.1 Introducción al marketing digital2.2 Nuevas estrategias2.3. Plan de marketing: diseño y evaluación2.4 KPI's para evaluar la efectividad de las acciones2.5 Seguir mejorando2.6 Profundiza

3. Monitorización, escucha activa y herramientas de Marketing Digital

- 3.1 Conversaciones en plataformas digitales
 - 3.2 Acciones en redes sociales: ¿Por qué importa la escucha social?
 - 3.3 ¿Cuál es el mejor momento para publicar?
 - 3.4 Las mejores herramientas de escucha social: Hootsuite, Talkwalker, Google Analytics y Brandwatch
 - 3.5 Herramientas según la red social
 - 3.6 ¿Cómo pueden las marcas amortizar estas herramientas y aumentar su valor a través de redes sociales?
 - 3.7 Twitter: el mejor banco de opiniones
 - 3.8 Calcular el ROI (Return On Investment)
 - 3.9 Caso de éxito
 - 3.10 Profundiza
-