

GESTIÓN DEL MARKETING Y COMUNIDADES VIRTUALES (COMM060PO)

El curso Gestión del Marketing y Comunidades Virtuales (COMM060PO) (45 horas) te prepara para planificar y ejecutar una estrategia de marketing y presencia digital con visión de negocio, combinando desarrollo de producto y gestión de marca con el trabajo práctico del community management.

Aprenderás a realizar prospección y evaluación de tendencias (coolhunting y shopping), a definir y lanzar estructuras de colección y producto, gestionar fichas, prototipos, muestras, producción y calidad, y a aplicar el marketing al producto (precios, branding, imagen, canal y público objetivo) mejorando además la comunicación interna y la coordinación con equipos y fuerza de ventas; también trabajarás la relación con proveedores, materiales, ferias y muestras.

En la parte digital, dominarás el entorno 2.0 y cómo diseñar e implementar una estrategia coherente de social media, utilizando correctamente canales como Facebook, Twitter, blogs, LinkedIn y YouTube, organizando el día a día del community manager y, sobre todo, aprendiendo a medir resultados y retorno para optimizar campañas, mejorar la atención al cliente y construir una comunidad activa y alineada con los objetivos de la marca.

Si este curso no estuviera subvencionado te costaría: 0 €

Categorías: Cursos de otros años
Etiquetas: Marketing online

TEMARIO

1. PROSPECCIÓN. Evaluación tendencias, coolhunting y shopping.
2. HERRAMIENTAS Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE COLECCIÓN. Definición de estructura y lanzamiento de Colecciones de Temporada, Colecciones Crucero, Reprise y Pronto Moda.
3. DESARROLLO PRODUCTO. Ideas, Fichas, Prototipos, Muestras y Producción.Gestión de la Calidad.
4. MARKETING APLICADO A PRODUCTO. Definición de precios, branding, imagen, canal y público objetivo. etc. Cómo realizar reuniones efectivas y mejorar la comunicación con tu equipo.
5. GESTIÓN PROVEEDORES. Materiales, proveedores, muestras, tradings y ferias.
6. COMUNICACIÓN INTERNA. Presentación a fuerza de ventas. La empresa y marca como cliente interno.
7. LAS REDES SOCIALES.
7.1. Definición de entorno 2.0, como las Redes Sociales lo han cambiado todo.
7.2. Cómo Desarrollar e Implementar una Estrategia Social Media de una forma coherente, simple y diferente.
7.3. Uso Correcto de Facebook como herramienta clave de una correcta estrategia Social Media.
7.4. Cómo 140 caracteres son capaces de crear oportunidad. Relevancia. Customer Care. RRPP e información pura y directa de nuestros clientes y competencia. Twitter, 200 millones y creciendo.
7.5. Integración del blog como herramienta de Comunicación y Marketing de la Marca. Creación. Organización, de Qué hablar, Cuándo y Cómo.
7.6. LinkedIn la red de contactos profesionales que multiplica las oportunidades de usuarios y empresas. Configuración de un perfil eficiente que ofrezca oportunidades de negocio.
7.7. Buscando mayor efectividad, mejor expresión, más atención y viralidad. El video y Youtube los mejores aliados del Presente y mucho más del futuro.
7.8. Organización del día a día de un Comunity Manager, ser eficaz siempre y en todo lugar.
7.9. Medición, Retorno de Inversión, Eficacia de campañas. No hay una regla de oro, solo la medición

descubrirá que funciona mejor para la comunidad de la Marca.

METODOLOGÍA

La formación se realiza 100 % online a través de nuestro campus virtual, en modalidad asíncrona, lo que permite al alumnado organizar sus tiempos de estudio dentro de los plazos establecidos.
Sesiones de tutoría
El alumnado dispone de un/a tutor/a online al que puede consultar dudas a través de la mensajería interna de la plataforma, correo electrónico y/o foros de consulta, recibiendo respuesta y acompañamiento durante todo el curso.
Sistema de evaluación
La evaluación es continua y se realiza íntegramente online mediante cuestionarios, actividades prácticas y pruebas de evaluación al finalizar los temas o unidades. No se realizan exámenes presenciales.
Requisitos técnicos
Es necesario disponer de ordenador, tablet (o incluso teléfono móvil), con navegador actualizado, conexión a internet estable y, recomendable, auriculares o altavoces para el seguimiento de los contenidos.
Material didáctico y recursos
Todo el material didáctico está disponible en la plataforma online (temarios, recursos descargables, actividades, vídeos, enlaces de interés, etc.), accesible en cualquier momento dentro del periodo de impartición.

SALIDAS PROFESIONALES

– Community Manager
– Técnico/a en Marketing Digital
– Gestor/a de Contenido y Redes Sociales
– Online Marketing Manager
– Social Media Analyst
– Consultor/a de redes sociales
– Account Manager