

## (FA0084) La importancia de planear la comunicación: Net Strategy



**Área:** Formación en tecnologías de la información y comunicación

**Modalidad:** Teleformación

**Duración:** 40 h

**Precio:** 300.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

 [Tienda online](#)

[Matricularme](#)

### OBJETIVOS

- Trabajar el plan de comunicación corporativa de una empresa a través de las herramientas 2.0, así como la reputación que esta se creará en la red a través de su línea editorial y del contenido publicado.
- Estudiar el valor de las herramientas social media a través de los diferentes contenidos corporativos: canales RSS, salas notas de prensa 2.0 y Facebook.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Explicar los conceptos básicos relacionados con las redes sociales, comunidad, cultura, identidad y reputación.
- Conocer los buenos hábitos en la utilización y privacidad de las redes sociales.
- Entender el concepto de redes sociales como lugar de encuentro y socialización en Internet.
- Aplicar criterios de identidad corporativa, trasladándolos de manera creativa al diseño publicitario y al medio de publicación.
- Analizar las características de distintos tipos de materiales de carácter publipromocional e informativo en diferentes soportes convencionales y online.
- Aplicar técnicas de comunicación persuasiva e identificar los estilos propios de la comunicación comercial e informativa de la empresa para la elaboración y difusión de materiales publipromocionales.
- Conocer qué es un blog y sus características, la anatomía de un blog y su uso en la estrategia corporativa.
- Cómo se efectúa la integración de las herramientas de elaboración de blogs en plataforma en la web.
- Explicar y conocer los principales medios 2.0.
- Diferenciar las redes sociales horizontales, verticales y las de contenido.
- Exponer las cifras globales de utilización de las nuevas tecnologías.

---

**EMAIL:** [info@mferrerconsultores.com](mailto:info@mferrerconsultores.com)

**TELÉFONO:** 635952170

**<https://www.mferrerconsultores.com>**



- Conocer la navegación realizada a través de teléfonos inteligentes.
- Exponer las estadísticas alrededor de los teléfonos móviles.
- Estudiar las tendencias del mercado respecto a las redes sociales y la telefonía móvil.
- Saber cómo se han incorporado las redes sociales a los teléfonos inteligentes.
- Explicar la segmentación en la publicidad y la analítica web.
- Conocer el glosario de términos utilizados en la publicidad en las redes sociales.
- Estudiar cómo publicitarse y conseguir seguidores en las redes sociales.
- Explicar cómo funciona Google Analytics.
- Entender el concepto de cliente digital, analizar los principios del neuromarketing como ciencia que estudia el comportamiento del consumidor online y conocer los factores que influyen en las decisiones de compra.
- Examinar la evolución del marketing digital, así como la importancia de la reputación online y de la estrategia de marca para atraer a los clientes digitales.
- Conocer el proceso de activación omnicanal de clientes digitales.
- Entender el concepto de modelo de negocio. Realizar un estudio específico de las metodologías business-to-business. Conocer los principios del marketing B2B y saber cómo resolver un conflicto de canales en ese ámbito.
- Entender el concepto de comunicación digital. Hacer un estudio de la comunicación empresarial en el sector de atención al cliente. • Analizar las técnicas de Social Media Marketing.
- Estudiar el modelo de negocio Mobile Business.
- Hacer un análisis de los aspectos fundamentales del comercio electrónico y del posicionamiento web.

## CONTENIDOS

1. Introducción a los conceptos de red social, comunidad, cultura, identidad y reputación.
2. La comunicación institucional corporativa en el universo 2.0.
3. La importancia del contenido.
4. Otras herramientas de Social Media para la comunicación corporativa.
5. Redes sociales y telefonía móvil.
6. Análisis y evaluación de resultados.
7. Nuevas tendencias.

## MATERIALES

Toda la documentación necesaria para la realización del curso se encuentra en la plataforma de teleformación pero se entregarán

---

**EMAIL: [info@mferrerconsultores.com](mailto:info@mferrerconsultores.com)**

**TELÉFONO: 635952170**

**<https://www.mferrerconsultores.com>**



documentación de ayuda y complementaria al alumno si el formador así lo requiere.

## METODOLOGIA

La actividad tutorial será bidireccional, es decir, tanto el alumno se puede poner en contacto con el tutor para solventar dudas o dificultades como el tutor con el alumno para establecer un contacto directo con él, comprobar su nivel de progreso en el estudio, su grado de motivación y su situación personal en relación con su participación en la acción formativa.

Las características de la metodología de este tipo de acciones formativas son:

**Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.

En todo momento contará con un **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.

**Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.

**El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo test de autoevaluación.

**Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

## REQUISITOS

**Los requisitos técnicos mínimos son:**

Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.

No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.

Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.

Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.

32 Mbytes de RAM o superior.

## CONTROLES APRENDIZAJE

Se llevará a cabo una **evaluación continua**, con el seguimiento a través de las tutorías que van haciendo los profesores, para comprobar si ha habido un aprovechamiento real del curso. Para ello, el alumnado deberá realizar todos los ejercicios que acompañan a

---

**EMAIL: [info@mferrerconsultores.com](mailto:info@mferrerconsultores.com)**

**TELÉFONO: 635952170**

**<https://www.mferrerconsultores.com>**



los contenidos del curso (evaluaciones, autoevaluaciones, cuestionarios, ejercicios prácticos, etc.) para evaluar que van consiguiendo los contenidos adecuados.

De igual modo, se realizará una **evaluación final**, donde el alumno deberá de responder adecuadamente al examen de evaluación final que será corregido automáticamente una vez realizado.

Plazos de realización:

**Evaluación continua:** con objeto de garantizar el máximo aprovechamiento del curso, se recomienda al alumnado que entregue los ejercicios prácticos, autoevaluaciones, cuestionarios a lo largo del curso.

**Evaluación final:** se recomienda que se realice una vez finalizado todo el curso, es decir, el último día del mismo, para poder responder adecuadamente a las preguntas que se indiquen.

**Evaluación continua:** durante todos los días del curso.

**Evaluación final:** un día después de la finalización del curso.

---

**EMAIL: [info@mferrerconsultores.com](mailto:info@mferrerconsultores.com)**

**TELÉFONO: 635952170**

**<https://www.mferrerconsultores.com>**