

## DESCRIPCIÓN

El objetivo del curso es diferenciar las características del entorno 2.0, la nueva comunicación on-line y el impacto de las redes sociales y todas las posibilidades que nos ofrecen para proyectar la imagen/marca a través de la web social. También gestionar la imagen de su empresa

## DIRIGIDO A

Este curso está dirigido a todas aquellas personas que busquen conocer el impacto de las redes sociales y todas las posibilidades que nos ofrecen para proyectar la imagen/marca a través de la web social.

### FICHA DEL CURSO



#### Modalidad Elearning

Duración: 60 h

Plazo máximo de realización: 49 días



#### Titulación Otorgada

Redes Sociales y marketing 2.0



#### Título emitido por

**Intedya**  
International Dynamic Advisors



#### Material Entregado

El curso está compuesto por material interactivo, con:

- Videos explicativos de cada unidad didáctica
- Pruebas de evaluación
- Tutorización on line
- Examen Final

## FICHA DEL CURSO



### Modalidad Elearning

Duración: 60 h

Plazo máximo de realización: 49 días



### Titulación Otorgada

Redes Sociales y marketing 2.0



### Material Entregado

El curso está compuesto por material interactivo, con:

- Videos explicativos de cada unidad didáctica
- Pruebas de evaluación
- Tutorización on line
- Examen Final



### Título emitido por

  
International Dynamic Advisors

## TEMARIO

### UD1. El protocolo en la empresa

- 1.1. Concepto de protocolo.
- 1.2. Tipos de protocolo.
- 1.3. Protocolo en la empresa.

### UD2. Relaciones públicas y Marketing

- 2.1. Introducción.
- 2.2. La publicidad y la Web.
- 2.3. El marketing unidireccional de la interrupción.
- 2.4. Antiguas normas del marketing.
- 2.5. Las relaciones públicas y la prensa.
- 2.6. Antiguas normas de las relaciones públicas.
- 2.7. Nuevas normas del marketing y de las relaciones públicas.

### UD3. La figura del Community Manager

- 3.1. ¿Qué es un Community Manager y de qué se encarga?
- 3.2. Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager.
- 3.3. Funciones y responsabilidades de un Community Manager.
- 3.4. Los objetivos de un Community Manager.
- 3.5. Tipos de Community Manager.

### UD4. Redes sociales y Web 2.0 (I)

- 4.1. Medios sociales.
- 4.2. Redes sociales.

### UD5. Redes sociales y Web 2.0 (II)

- 5.1. Blogs.
- 5.2. Microblogging.
- 5.3. Wikis.
- 5.4. Podcast.
- 5.5. Plataformas de vídeo.
- 5.6. Plataformas de fotografía.

## OTRAS CARACTERÍSTICAS DEL CURSO

### Requisitos de acceso:

- No se establecen requisitos de acceso previos

### Requisitos para obtener la titulación:

- Lectura / Estudio del material didáctico completo
- Visionado de los videos formativos
- Completar el 100% de las autoevaluaciones
- Superar el examen final con nota superior al 60%