

## Curso: REPUTACIÓN ONLINE

### OBJETIVOS

- Conocer el impacto que la publicidad tiene en la sociedad.
- Tomar consciencia de la aparición del fenómeno 2.0 así como nuevas herramientas útiles para llegar al consumidor.
- Ampliar conocimientos sobre la personalidad y características del nuevo consumidor.
- Realizar una investigación de reputación.
- Conocer los tipos de contenidos publicitarios.
- Saber en qué consiste la función del community management.
- Aprender estrategias para la creación de contenidos.

### CONTENIDOS

#### **UD1.Introducción a la reputación online**

##### **1. El poder del consumidor: una pequeña reflexión**

##### **2. Exceso de impactos publicitarios**

##### **2.1 La aparición del fenómeno**

##### **2.02.2 Las herramientas que dan poder al usuario**

##### **2.3 La relación entre los dos conceptos**

##### **3. Seguimos conociendo al consumidor: adprosumer**

##### **3.1 La situación que deriva del nuevo consumidor**

##### **3.2 ¿Qué podemos hacer?**

## **UD2.Construyendo la reputación digital**

- 1. ¿Qué es la identidad digital?**
- 2. El concepto de marca**
  - 2.1 Los valores corporativos**
  - 2.2 ¿Qué es la misión?**
  - 2.3 ¿Qué es la visión?**
- 3. Online Reputation Management y sus bases**
- 4. Construyendo la reputación online de una marca**
  - 4.1 Apoyándonos en el SEO**
  - 4.2 El BuzzMarketing y su vinculación con la reputación online**
  - 4.3 UserGenerated Content**
  - 4.4 Y qué hacemos con los influencers...**

## **UD3.El Plan de reputación digital**

- 1. Investigación de la reputación**
- 2. ¿Y una vez que hemos obtenido la información?**
- 3. Poniendo los pilares de nuestra reputación**
  - 3.1. Qué son los contenidos ganados**
  - 3.2. Qué son los contenidos de propiedad**
  - 3.3. Qué son los contenidos pagados**
- 4. El communitymanagement y su legado**
- 5. La creación de contenido requiere de una estrategia**

**UD4. Protegiendo la reputación digital**

**1. Gestionando una crisis**

**1.1. Algunas pautas prácticas para abordarla**

**2. Cómo hago un plan de crisis**

**Duración: 60 horas (ONLINE)**