

REPUTACION ONLINE

REPUTACION ONLINE

Duración: 56 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Objetivos:

Descripción: Ofrecer una visión global acerca de los elementos para gestionar la reputación online de una organización. frecer una visión global acerca de los elementos a tener en cuenta para gestionar la reputación online de una persona u organización, así como identificar los factores claves en la resolución de una crisis 2.0. - See more at: http://escuelasocialmedia.telefonicalearningservices.com/reputacion-online-gestion-crisis-2.0#sthash.OY4T6sOU.dpuf Fundamentación: La presencia de una empresa en Internet es una unidad de negocio donde invertir recursos, encomendar objetivos y esperar un retorno sobre la inversión. El principal objetivo de este curso es ayudar a las empresas, profesionales y emprendedores a entender las peculiaridades de la Web para trazar su propio plan de marketing online con éxito, mejorar su reputación on line y sacar el máximo partido de la Red optimizando recursos. A través de esta formación, trataremos de trasladar conceptos tradicionales del marketing al ámbito de Internet de una forma natural, didáctica e intuitiva.

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

TEMA 1. ¿QUE ES LA REPUTACION CORPORATIVA ONLINE? 1. LA REPUTACIÓN ONLINE Y SU ÁMBITO DE ACCIÓN 2. REPUTACIÓN CORPORATIVA ONLINE: DEFINICIÓN Y FUNCIONES 2.1 REPUTACIÓN OFFLINE Y ONLINE 2.2 REPUTACIÓN Y BRANDING 3. CONCEPTOS CLAVE DE LA REPUTACIÓN ONLINE 3.1 HONESTIDAD 3.2 TRANSPARENCIA 3.3 FIDELIZACIÓN 3.4 COMPROMISO 3.5 CONCIENCIA DE MARCA 3.6 INFLUENCIA 3.7 SHARE OF VOICE 3.8 NETIQUETA 4. GOOGLE COMO CENTRO DE LA REPUTACIÓN 5. LA AUDITORÍA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA ONLINE 5.1 MONITORIZACIÓN 5.2 ANÁLISIS DE ACTUACIONES RÁPIDAS 5.3. CONCLUSIONES Y PLANIFICACIÓN EN BASE A ELLAS

TEMA 2. ETAPAS DE LA REPUTACION ONLINE: ESCUCHAR, VALORAR, PARTICIPAR

1. GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN ONLINE: PLANIFICACIÓN INICIAL 2. ETAPA 1: ESCUCHAR 2.1 DEFINICIÓN 2.2 HERRAMIENTAS DE MONITORIZACIÓN 2.3 KEYWORDS MÁS HABITUALES 3. ETAPA 2: VALORAR 3.1 OPINIÓN Y ACTITUD 3.2 ¿QUÉ SE ESTÁ DICIENDO? 3.3 ¿QUIÉN LO DICE Y DÓNDE? 3.4 VALORAR LA REPUTACIÓN ONLINE DE LA COMPETENCIA 4. ETAPA 3: PARTICIPAR 4.1 ACTITUD REACTIVA 4.2 ACTITUD PROACTIVA 5. LA EVALUACIÓN CONTINUA DE LA REPUTACIÓN ONLINE

- ESCUCHAR A LOS USUARIOS
- RESPETO HACIA EL USUARIO
- GESTIONAR EL EQUIPO
- OFRECER UN SERVICIO ADECUADO
- PLANIFICAR CONTENIDOS
- EVITAR POLÉMICAS

TEMA 3. FUENTES Y RECURSOS DE LA REPUTACION CORPORATIVA ONLINE

1. LA ESTRATEGIA DE PRESENCIA ONLINE 1.1 INTRODUCCIÓN Y BASES PRINCIPALES DE LA ESTRATEGIA 1.2 DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA ONLINE 1.3 PREVISIÓN DE EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA 2. REPUTACIÓN ONLINE Y COMMUNITY MANAGEMENT 3. REPUTACIÓN ONLINE Y BRANDING 4. REPUTACIÓN ONLINE Y POSICIONAMIENTO WEB 5. LA IMPORTANCIA DE LA EXPERIENCIA DE USUARIO 6. REPUTACIÓN ONLINE Y COMUNICACIÓN INTERNA 7. REPUTACIÓN ONLINE Y EL CONSUMIDOR SOCIAL 7.1 EL BLOG Y LAS RRSS COMO HERRAMIENTAS PARA LA REPUTACIÓN 8. CASOS DE ÉXITO 8.1 DONETTES 8.2 TACO

© icaformación2026

BELL 8.3 LA CASA REAL: LECCIONES APRENDIDAS

© icaformación2026