

# Reputación online

**MODALIDAD** Teleformación

**DURACIÓN** 50 H

## 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.**

- 1.1. El poder del consumidor: una pequeña reflexión.
- 1.2. Exceso de impactos publicitarios.
  - 1.2.1. La aparición del fenómeno 2.0.
  - 1.2.2. Las herramientas que dan poder al usuario.
  - 1.2.3. La relación entre los dos conceptos.
- 1.3. Seguimos conociendo al consumidor: adprosumer.
  - 1.3.1. La situación que deriva del nuevo consumidor.
  - 1.3.2. ¿Qué podemos hacer?

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

- 2.1. ¿Qué es la identidad digital?
- 2.2. El concepto de marca.
  - 2.2.1. Los valores corporativos.
  - 2.2.2. ¿Qué es la misión?
  - 2.2.3. ¿Qué es la visión?
- 2.3. Online Reputation Management y sus bases.
- 2.4. Construyendo la reputación online de una marca.
  - 2.4.1. 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.**

- 3.1. Investigación de la reputación.
- 3.2. ¿Y una vez que hemos obtenido la información?
- 3.3. Poniendo los pilares de nuestra reputación.
  - 3.3.1. Qué son los contenidos ganados.
  - 3.3.2. Qué son los contenidos de propiedad.
  - 3.3.3. Qué son los contenidos pagados
- 3.4. El community management y su legado.
- 3.5. La creación de contenido requiere de una estrategia.

### **UD4. Protegiendo la reputación digital.**

- 4.1. Gestionando una crisis.
  - 4.1.1. Algunas pautas prácticas para abordarla.
- 4.2. Cómo hago un plan de crisis.