

ACCIÓN FORMATIVA

DENOMINACIÓN DE LA ACCIÓN FORMATIVA

E-BRANDING: IMAGEN CORPORATIVA DIGITAL

Nº HORAS

24

MODALIDAD

PRESENCIAL

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN FORMATIVA

Objetivos generales

- Dotar a los asistentes de las nociones básicas del branding y su gestión, con el objetivo de crear una nueva identidad, o bien, potenciar el desarrollo de la actual identidad corporativa, para que esta sea más consistente, clara y sencilla, evitando los problemas de gestión e interpretación típicos del branding.
- Fomentar la cultura empresarial, motivar y dinamizar a colectivos interesados en el autoempleo y creación de empresas.
- Desarrollar una mentalidad emprendedora que contribuya a la mejora del nivel y calidad de vida personal y social.

Objetivos específicos

- Conocer los requisitos y el procedimiento de creación de una marca a través de las nuevas tecnologías.
- Utilizar las redes sociales como mecanismos de creación de contacto.
- Incorporar a los procesos de consultoría la necesidad de utilizar las redes sociales y las nuevas tecnologías.
- Identificar la diferencia entre las marcas blancas y las marcas comerciales.
- Conocer las ventajas del marketing on-line y la ventaja de ésta herramienta frente a otros elementos de marketing.
- Identificar las principales estrategias de una marca.
- Identificar la importancia de crear una marca personal que posibilite y fomente las relaciones sociales entre empresas.
- Conocer los diferentes mecanismos de marketing que se pueden utilizar para potenciar las relaciones comerciales.
- Identificar el potencial emprendedor que permita el autoreconocimiento para el desempeño en el mundo laboral y de la vida.
- Transmitir la idea de que el autoempleo es una salida profesional posible.
- Ofrecer una alternativa al empleo por cuenta ajena.
- Proporcionar información sobre el Autoempleo como vía de acceso al mercado laboral.
- Propiciar entre los alumnos la autorreflexión sobre las cualidades básicas del emprendedor.
- Dar a conocer la utilidad del Plan de Empresa como instrumento básico para la puesta en marcha del proyecto empresarial, así como proporcionar los conocimientos básicos para su elaboración.
- Dar a conocer las formas de constitución de una empresa.
- Informar sobre organismos a los que podemos acudir si decidimos crear una empresa.

CONTENIDOS DE LA ACCIÓN FORMATIVA

Contenidos

Unidad didáctica 1: Branding personal
1.1. La personalidad

- 1.2. El poder de los blogs y de las redes sociales
- 1.3. Introducción al branding. Cómo se crea una marca
- 1.4. Estrategias a la hora de crear una marca
- 1.5. Análisis de los puntos de contacto con la marca
- 1.6. Proceso de creación de una marca personal
- 1.7. Utilidades y poder del branding personal
- 1.8. Gestión de la marca
- 1.9. Portal de marca. Gestión vía web de los elementos de la identidad corporativa

Unidad didáctica 2: Fomento de las relaciones empresariales a través de las redes sociales

- 2.1. WEB 2.0
- 2.2. Redes sociales y redes sociales profesionales
- 2.3. Blogs y microblogs
- 2.4. Marcadores y agregadores sociales
- 2.5. Wikis
- 2.6. Plataformas multimedia

Unidad didáctica 3: El Marketing on-line

- 3.1. Estrategias de marketing on-line
- 3.2. El Marketing de resultados
- 3.3. Brand Marketing
- 3.4. E mail marketing
- 3.5. Publicidad digital
- 3.6. Social Media Marketing
- 3.7. La función del Community Manager
- 3.8. Blogging corporativo
- 3.9. Buzz y viral marketing

Unidad didáctica 4: Estrategia de marca

- 4.1. Branding y estrategia de marca
- 4.2. Claves creativas del branding
- 4.3. Identidad visual y audiovisual
- 4.4. Claves estratégicas del branding
- 4.5. Las técnicas de investigación de marca
- 4.6. Arquitectura y tipología de marcas
- 4.7. Proceso de lanzamiento de una marca
- 4.8. Posicionamiento y reposicionamiento de marca
- 4.9. Gestión de marcas
- 4.10. Métricas de evaluación y valoración de marcas

Unidad didáctica 5: E-branding y Mobile branding

- 5.1. Productos y marcas de éxito
- 5.2. Posicionamiento estratégico on line
- 5.3. Community Management
- 5.4. Reputación online y monitorización
- 5.5. La dinamización de comunidades de marca
- 5.6. Los sitios sociales de marca
- 5.7. Publicidad y comunicación online
- 5.8. Estrategia global de marca online - Brand channelling
- 5.9. Mobile branding and marketing

MÓDULO DE EMPRENDIMIENTO