

E-BRANDING IMAGEN CORPORATIVA DIGITAL

Duración:

24 Horas

Modalidad:

PRESENCIAL

Modulos:

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

E-BRANDING IMAGEN CORPORATIVA DIGITAL

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