



Redes Sociales como Herramienta de Marketing

 Duración: 12.00 horas

Descripción

Desde la fulgurante aparición de las Redes Sociales las Empresas no han dejado de innovar en lo que a estrategias de Marketing se refiere. Esta poderosa herramienta llega con facilidad cada vez más a un mayor número de personas, lo que supone una oportunidad para cualquier tipo de empresa.

En este curso se facilitan los conocimientos necesarios para la correcta utilización de las principales Redes Sociales, y como herramienta de marketing.

Objetivos

- Conocer y comprender los orígenes de los medios sociales en internet y los tipos que existen actualmente.
- Aprender el manejo de las herramientas que nos permiten incrementar la visibilidad de nuestro negocio en internet.
- Interiorizar cuáles son las funciones del community manager.
- Asimilar y aprender a utilizar Facebook como herramienta de gestión y comunicación en empresas y conocer las principales redes y cómo nos pueden ayudar en nuestra empresa.
- Dominar y aprender a utilizar el microblogging como plataforma comercial, a través del desarrollo de Twitter.

- Conocer cuáles son las redes profesionales, así como las herramientas de gestión de redes sociales con recomendaciones para su uso.
- Aprender a usar la geolocalización, los foros y las wikis.
- Desarrollar nuestra plataforma de YouTube con recomendaciones de uso y conoceremos las plataformas de fotografía disponibles en el mercado.

Contenidos

Unidad - SMO (Social Media Optimization)

Social Media: explicación gráfica

El Origen de los Medios Sociales

Tipos de Medios Sociales

Marketing en Medios Sociales

El Plan de Medios Sociales

Objetivos Generales de una Campaña en Redes Sociales

Plan estratégico de contenidos: Qué es

Cómo elaborar un Plan estratégico de contenidos

Qué acciones realizar para que nuestros contenidos sean tenidos en cuenta

Analítica Social y Estrategia

Analítica Social y Estrategia: Objetivos

Crowdsourcing: explicación gráfica

Medición de Resultados de un Social Media Plan

El Crowdsourcing

Autopráctica: Desarrollo del Plan de Medios Social

Autopráctica: Análisis de una medición de Social Media

Autopráctica - SMO

Test Unidad

Documentación

Unidad - Redes Sociales como herramienta de marketing

Social Network: explicación gráfica

Marketing en Redes Sociales

Facebook

MySpace

Twitter

Facebook Live o Periscope de Twitter:Cuál es mejor para nuestra empresa

Google +

Youtube y otras Aplicaciones de Vídeo y Fotografía

Redes Sociales Profesionales

Instagram, para qué le sirve a una empresa

Snapchat qué es y porqué incluirla en nuestra estrategia de marketing

Geolocalización en las Redes Sociales

Herramientas para crear y organizar contenido en Redes Sociales

Mashups: explicación gráfica

Autopráctica: Vincular un site con las redes sociales

Autopráctica - Redes Sociales como Herramienta

Test Unidad

Documentación

Unidad - Los Blogs como herramientas de marketing

Que es un blog y partes que lo componen

Los Blogs como herramienta de marketing

Los factores del éxito en los Blogs

Qué es el guest blogging: Ventajas de contar con un autor invitado

Estrategias efectivas para promocionar un blog

Cómo crear contenidos para un blog

Relaciona Conceptos 1

Relaciona Conceptos 2

Autopráctica: Blogs como herramienta de promoción

Wikis: explicación gráfica

Test Unidad

Documentación