



La mejor formación a tu alcance.

Social media marketing

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Adquirir conocimientos sobre web 2.0, Community Manager y posicionamiento natural SEO.
Aprender los conceptos sobre marketing digital y herramientas de comunicación así como publicidad 2.0.

Contenidos:

Tema 1. Introducción a la Web 2.0, Social Media.

- 1.1. Historia de Internet
- 1.2. Origen de la Web 2.0.
- 1.3. Características de las Redes Sociales
- 1.4. Perfil del usuario en Social Media
- 1.5. Las marcas en la Web 2.0.
- 1.6. Hacia dónde se dirige la Web 2.0.
- 1.7. Manifiesto Cluetrain

Tema 2. Gestor de Comunidad o Community Manager.

- 2.1. ¿Qué es un Gestor de Comunidad o Community Manager?
- 2.2. Características del Community Manager
- 2.3. Funciones del Community Manager
- 2.4. Cómo es el día a día de un Community Manager
- 2.5. Responsabilidades del Gestor de Comunidad
- 2.6. Por qué es necesario un Community Manager
- 2.7. Consejos para futuros Gestores de Comunidad

Tema 3. Redes Sociales: Tipos y usos (I).

La mejor formación a tu alcance.

- 3.1. Facebook
- 3.2. Twitter
- 3.3. LinkedIn

Tema 4. Redes Sociales: Tipos y usos (II).

- 4.1. YouTube
- 4.2. Flickr
- 4.3. Foursquare
- 4.4. Google +
- 4.5. Otras Redes Sociales: Vimeo, Pinterest, Instagram, Xing y Tuenti

Tema 5. Generación de contenidos. Creación de blogs.

- 5.1. Géneros periodísticos
- 5.2. Los medios de comunicación el Internet
- 5.3. El contenido de las páginas webs
- 5.4. Blogs
- 5.5. Foros
- 5.6. La generación de contenidos en las Redes Sociales
- 5.7. ¿Cómo actúa el usuario en un espacio web?
- 5.8. Sobre la propiedad intelectual

Tema 6. Herramientas para la medición de las Redes Sociales.

- 6.1. Herramientas para varias Redes Sociales
- 6.2. Herramientas para Twitter
- 6.3. Herramientas para Facebook
- 6.4. Herramientas para Pinterest
- 6.5. Herramientas para Google +
- 6.6. Herramientas para Instagram

Tema 7. Estrategias para actuar con éxito en Social Media.

- 7.1. ¿Cuál es el punto de partida?
- 7.2. ¿Cuáles son los objetivos?
- 7.3. ¿Cuál es el público objetivo?
- 7.4. ¿Qué herramientas plantearemos?
- 7.5. ¿Cómo saber si la estrategia de Social Media funciona?

Tema 8. Analítica: Medición e interpretación de resultados.

- 8.1. Google Analytics
- 8.2. Google Insights



FOESCO
FORMACIÓN ESTATAL CONTINUA

Telf.: 910 323 794
cursos@foesco.com



La mejor formación a tu alcance.

- 8.3. Facebook Insights
- 8.4. YouTube Insights
- 8.5. LinkedIn Insights

Tema 9. ¿Qué es SEO?.

- 9.1. ¿Qué es SEO?
- 9.2. Breve historia sobre el SEO
- 9.3. Ya sabemos qué es SEO, ¿pero qué es SEM?
- 9.4. Los buscadores de Internet
- 9.5. Errores comunes en SEO
- 9.6. Herramientas SEO
- 9.7. Estrategias SEO

Tema 10. Introducción al Marketing Digital.

- 10.1. Concepto de marketing digital
- 10.2. Ideas clave del marketing digital
- 10.3. El marketing se hace infinito en internet
- 10.4. El marketing digital desde el punto de vista del marketing tradicional
- 10.5. Líneas estratégicas y aspectos críticos del marketing digital

Tema 11. Elementos del Marketing Digital.

- 11.1. El producto
- 11.2. El precio
- 11.3. Los canales
- 11.4. La promoción
- 11.5. Públicos objetivos del marketing digital
- 11.6. El valor de la marca y el posicionamiento en internet

Tema 12. Herramientas estratégicas del Marketing Digital.

- 12.1. Identificación y segmentación del público objetivo
- 12.2. La afiliación hace la fuerza
- 12.3. El marketplace

Tema 13. La personalización y el marketing digital.

- 13.1. Personalización y atención al cliente
- 13.2. Marketing One to One
- 13.3. Estrategias de CRM
- 13.4. Implantación de CRM



FOESCO
FORMACIÓN ESTATAL CONTINUA

Tel.: 910 323 794
cursos@foesco.com



La mejor formación a tu alcance.

Tema 14. Campañas de comunicación On-Line.

- 14.1. Definición de una campaña integral de comunicación
- 14.2. Preparación del briefing publicitario como punto de partida
- 14.3. Ocho maneras esenciales de promoción en internet
- 14.4. La comunicación 360°
- 14.5. La regla de las 4 F
- 14.6. La velocidad de reacción

Tema 15. La publicidad On-Line y su eficacia.

- 15.1. Conceptos y formas
- 15.2. Tarifas y precios de medios publicitarios
- 15.3. Factores que mejoran el éxito de los banners
- 15.4. Datos de inversión y eficacia publicitaria
- 15.5. Tendencias de la publicidad On-Line



FOESCO
FORMACIÓN ESTATAL CONTINUA

Tel.: 910 323 794
cursos@foesco.com

