



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

Tel.: 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

Telf.: 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

Telf.: 910 323 794
cursos@foesco.com

