

---

# FACEBOOK PARA EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

## Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

## Objetivos:

- Conocer cómo se adapta la elaboración del plan de marketing tradicional a las especificaciones que comportan las redes sociales y herramientas 2.0.
- Aprender la importancia en la planificación estratégica de la creación del social media plan, documento indispensable antes de iniciar cualquier acción 2.0.
- Conocer la importancia del eBranding como filosofía del marketing y punto de salida de nuestras acciones.
- Aprender a desarrollar los diferentes perfiles que pone a nuestra disposición Facebook para desarrollar las relaciones sociales y generar conversación alrededor de la marca.
- Conocer a fondo la elaboración e implementación de las páginas y grupos desde la empresa.
- Desarrollar habilidades comunicativas que permitan una implementación efectiva de Facebook en la estrategia comunicativa de la empresa.

## Contenidos:

### 1. Social media marketing Introducción.

- Social media marketing.
- Social media engagement.
- Social CRM.
- El community manager.

---

-¿Por qué elegir Facebook? Caso de éxito: Obermitten.

## 2. Facebook marketing Introducción.

-eBranding.

-Facebook marketing.

-¿Perfil, grupo o página? Caso de éxito: hotel Entremares.

## 3. Las páginas Introducción.

-Crear una página paso a paso.

-Interfaz de Facebook.

-Caso de éxito: Oreo. Resumen.

## 4. Aplicaciones Introducción.

-Aplicaciones.

-Aplicaciones propias: eventos y notas.

-Aplicaciones profesionales.

-Caso de éxito: Red Bull.

## 5. Creación de un grupo Registro.

-Personalización.

-Invitaciones.

-Preguntas prácticas.

-Ejercicios de autoevaluación.

## 6. Integración con otras herramientas Introducción.

- 
- Twitter.
  - Wordpress.
  - SlideShare.
  - Marcadores sociales.
  - Pinterest.
  - Instagram.
  - YouTube.
  - Foursquare.
  - Google Glass.
  - Caso de éxito: Real Madrid F.C.
- 7.Marketing para fans Introducción.
- Inbound marketing.
  - EdgeRank.
  - Marketing para fans.
  - Optimizar la interacción.
  - Convertir usuarios en compradores.
  - Rentabilizar.
  - Caso de éxito: Hawkers.
- 8.Plataforma publicitaria Introducción.
- Publicidad en Facebook.

---

-Caso de éxito: Privalia.

9.Métricas y monitorización Introducción.

-Key Performance Indicators.

-Facebook Insights.

-Monitorización: del ROI al IOR.

-Caso de éxito: Coca-Cola.