

(ADGG075PO) Social Media Marketing en comercio



Área: Marketing y Ventas
Modalidad: Teleformación
Duración: 50 h
Precio: 375.00€

[Curso Bonificable](#)
[Contactar](#)
[Recomendar](#)
 [Tienda online](#)
[Matricularme](#)

OBJETIVOS

Adquirir conocimientos sobre web 2.0, community manager, posicionamiento natural SEO, marketing digital y herramientas de comunicación y publicidad 2.0.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Comprender los cambios que la web 2.0 introduce en la gestión del comercio en general y de las funciones de marketing y comunicación.
2. Conocer las nuevas posibilidades de construcción de comunidades en línea que plantea el panorama 2.0.
3. Familiarizarse con los medios que internet pone a disposición de los community manager para la gestión de las comunicaciones online.
4. Conocer la función que el community manager realiza en la empresa.
5. Entender la necesidad de profesionalización de la gestión de las comunicaciones 2.0 de la empresa con su entorno.
6. Conocer la aplicación que se puede dar a las redes sociales en el entorno profesional.
7. Identificar los tipos de redes sociales y formas de calificarlas.
8. Situar el papel y la importancia de las estrategias de creación de contenido para asistir a cada uno de los medios de presencia en línea.
9. Familiarizarse con las particularidades legales del entorno online.
10. Ser consciente de la importancia de implementar un sistema de analítica para garantizar el éxito de las acciones de marketing digital.
11. Conocer las herramientas que las diferentes plataformas y medios sociales ponen a disposición de sus usuarios.
12. Conocer las herramientas externas de las que los Community Managers pueden hacer uso para sus labores de monitorización, control y gestión de redes sociales.
13. Comprender la necesidad de desarrollar una estrategia en redes sociales de forma coordinada, en base a un plan de social media.
14. Ser conscientes de la necesidad de implementar un sistema de analítica que controle la implementación de dicho plan de social media.
15. Conocer las estrategias de SEO para lograr buenas posiciones en buscadores de forma orgánica, así como las diferentes herramientas que existen para el desarrollo de estas funciones.
16. Conocer el papel del marketing digital en el mercado actual.
17. Descubrir el planteamiento estratégico del marketing digital, sus diferentes elementos y herramientas.
18. Explorar las posibilidades que los medios sociales ofrecen a las empresas que operan en el entorno digital.
19. Apreciar la importancia de la estrategia de segmentación como base de la planificación estratégica de marketing para lograr el

EMAIL: info@mferrerconsultores.com

TELÉFONO: 635952170

<https://www.mferrerconsultores.com>

éxito y la rentabilidad de sus acciones.

20. Conocer las diferentes estrategias, medios y aplicaciones de la estrategia de segmentación.
21. Acercarse a otras herramientas estratégicas de utilidad para la empresa en relación a una estrategia de segmentación adecuada.
22. Identificar las diferentes funciones de marketing que se pueden beneficiar de los procesos de personalización.
23. Conocer herramientas prácticas para el diseño estratégico de estrategias de marketing personalizado.
24. Comprender el funcionamiento y las particularidades de una campaña integral de comunicación y los beneficios que este tipo de estrategias pueden ofrecer a las empresas.
25. Familiarizarse con nuevos planteamientos estratégicos que buscan la interacción de la relación entre empresa y cliente.
26. Conocer los diferentes medios y formatos disponible para publicitar una marca de forma online
27. Analizar de forma crítica las diferencias de inversión y eficacia en campañas de publicidad online y offline
28. Ser conscientes de la predicción de la evolución de las técnicas de publicidad online y conocedores de los formatos que ganarán importancia en los próximos años.

CONTENIDOS

1. Introducción a la Web 2.0. Gestor de comunidad o community manager.
2. Redes Sociales, tipos y usos. Generación de contenido. Creación de blogs.
3. Analítica: Medición e interpretación de resultados. Herramientas para la medición de las redes sociales.
4. Estrategias para actuar con éxito en Social Media. ¿Qué es SEO?
5. Introducción al marketing digital. Elementos del marketing digital.
6. Herramientas estratégicas del marketing digital.
7. La personalización y el marketing digital.
8. Campañas de comunicación online.
9. La publicidad online y su eficacia.

MATERIALES

Toda la documentación necesaria para la realización del curso se encuentra en la plataforma de teleformación pero se entregarán documentación de ayuda y complementaria al alumno si el formador así lo requiere.

METODOLOGIA

La actividad tutorial será bidireccional, es decir, tanto el alumno se puede poner en contacto con el tutor para solventar dudas o dificultades como el tutor con el alumno para establecer un contacto directo con él, comprobar su nivel de progreso en el estudio, su grado de motivación y su situación personal en relación con su participación en la acción formativa.

Las características de la metodología de este tipo de acciones formativas son:

Total libertad de horarios para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.

EMAIL: info@mferrerconsultores.com

TELÉFONO: 635952170

<https://www.mferrerconsultores.com>



En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.

Hacer para aprender, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.

El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo test de autoevaluación.

Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.

No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.

Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.

Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.

32 Mbytes de RAM o superior.

CONTROLES APRENDIZAJE

Se llevará a cabo una **evaluación continua**, con el seguimiento a través de las tutorías que van haciendo los profesores, para comprobar si ha habido un aprovechamiento real del curso. Para ello, el alumnado deberá realizar todos los ejercicios que acompañan a los contenidos del curso (evaluaciones, autoevaluaciones, cuestionarios, ejercicios prácticos, etc.) para evaluar que van consiguiendo los contenidos adecuados.

De igual modo, se realizará una **evaluación final**, donde el alumno deberá de responder adecuadamente al examen de evaluación final que será corregido automáticamente una vez realizado.

Plazos de realización:

Evaluación continua: con objeto de garantizar el máximo aprovechamiento del curso, se recomienda al alumnado que entregue los ejercicios prácticos, autoevaluaciones, cuestionarios a lo largo del curso.

Evaluación final: se recomienda que se realice una vez finalizado todo el curso, es decir, el último día del mismo, para poder responder adecuadamente a las preguntas que se indiquen.

Evaluación continua: durante todos los días del curso.

Evaluación final: un día después de la finalización del curso.

EMAIL: info@mferrerconsultores.com

TEÍÉFONO: 635952170

<https://www.mferrerconsultores.com>