

Internet, Redes Sociales, E-Commerce

Redes Sociales para Empresas

Las redes sociales son un altavoz para las empresas, siendo plataformas muy eficientes para atender al cliente, promocionar los productos y entregar información de calidad a los seguidores.



Todo nuestra Experiencia
a tu alcance





Redes Sociales para Empresas



Área Internet,
Redes sociales,
E-commerce

📣 PRESENTACIÓN

Las redes sociales son un altavoz para las empresas, siendo plataformas muy eficientes para atender al cliente, promocionar los productos y entregar información de calidad a los seguidores. Todo esto se traduce en una mayor visibilidad de la marca y, en definitiva, abrir una ventana constante a nuevas oportunidades para crecer como empresa.

🕒 DURACIÓN: 20h

📌 PROPÓSITO

Enseñar a los alumnos los conceptos clave del marketing online en redes sociales, desde fundamentos básicos de estrategia de Social Media hasta el manejo y publicación en las principales plataformas con contenido que potencie la imagen de marca y la generación de negocio.

🎯 OBJETIVOS

- Conocer las claves del marketing Online en redes sociales y ser capaz de definir las bases de una estrategia de Social Media y contenidos.
- Conocer los conceptos básicos para la publicación en un blog en WordPress, aprendiendo a gestionar la publicación de artículos y conociendo las bases de redacción en Internet.

- Conocer el funcionamiento de las redes sociales principales a nivel de gestión y publicación en un entorno empresarial, dominando las técnicas fundamentales para realizar una comunicación efectiva a través de ellas.
- Conocer las principales métricas de medición de resultados en redes sociales (KPIs) y herramientas fundamentales para medir y programar la actividad en redes sociales.

📖 CONTENIDOS

Introducción al Marketing Online y redes sociales en empresas

- Conceptos básicos (definición del Marketing Online, principales técnicas y canales de difusión, definición de público objetivo, recursos básicos del marketing online...)
- Introducción a la estrategia de Social Media (definición de objetivos, establecimiento de métricas de resultados, medición de recursos...)
- Recursos básicos para empezar la gestión de redes sociales (calendarización, plan de social media, determinación de acciones off line...)

Gestión básica de redes sociales: Twitter

- Creación e implementación de un perfil de empresa
- Características de Twitter y estrategia de comunicación
- Pautas de publicación



Redes Sociales para Empresas



Área Internet,
Redes sociales,
Ecommerce

- Medición de resultados y herramientas útiles

Gestión básica de redes sociales: Facebook

- Creación e implementación de un perfil de empresa
- Características de Facebook y estrategia de comunicación
- Pautas de publicación
- Medición de resultados y herramientas útiles

Gestión básica de Blog Corporativo

- Definición de una estrategia de contenidos
- Pautas básicas para redacción de artículos para Internet
- Gestión y publicación del blog en WordPress

Introducción a LinkedIn

- Creación e implementación de un perfil de empresa
- Características de LinkedIn y pautas de publicación básicas

Introducción a Google +

- Creación e implementación de un perfil de empresa
- Características de la red social y pautas de publicación

Introducción a Youtube

- Creación e implementación de un perfil de empresa
- Características de la red social y pautas de publicación

Introducción a Instagram

- Creación e implementación de un perfil de empresa
- Características de la red social y pautas de publicación

DIRIGIDO A

A todos aquellos interesados en conocer las claves de la gestión y planificación de redes sociales para empresas desde un nivel básico.

REQUISITOS

- Ninguno, pero lo ideal es que cada alumno pueda hacerlo usando su propia Tablet.

METODOLOGÍA

Cursos totalmente prácticos. Explicamos la teoría justa y necesaria para resolver casos prácticos de empresa. El alumno aprende



Redes Sociales para Empresas



Área Internet,
Redes sociales,
E-commerce

haciendo, practicando y participando activamente. Hacemos las clases productivas, participativas y amenas. Fomentamos trabajar en grupo cuando es posible.

MATERIALES

El alumno recibe como material de curso:

- Acceso al aula virtual donde residen los materiales del curso.
- Certificado de asistencia y aprovechamiento.

EVALUACIÓN

Una vez establecido el propósito, los objetivos de formación y tras haber impartido la acción formativa, vamos a proceder a su evaluación desde dos puntos de vista:

Evaluación inmediata.

- Se llevará a cabo durante el curso, o inmediatamente después de finalizado, y se centrará en el estudio de hasta qué punto los participantes han adquirido las competencias incluidas en los objetivos del curso. También servirá para conocer la opinión de los alumnos sobre el curso.

Evaluación de la eficacia.

- Los participantes pueden haber adquirido las competencias incluidas en los objetivos del curso, pero ¿son capaces, posteriormente, de aplicarlas a su trabajo diario?, ¿mejorarán dichas competencias su eficacia en el trabajo? La aplicación de esas competencias, ¿ha mejorado la eficacia de la organización?.
- La evaluación de la eficacia tratará de conocer la aportación de esta función a la consecución de los objetivos estratégicos o empresariales (definidos como propósito), para lo que habrá que analizar si la formación ha conseguido que la organización disponga de las competencias que precisa, en el nivel necesario, y en el lugar y momento oportunos.