

CURSO: HERRAMIENTAS PARA POSICIONARSE EN REDES SOCIALES (150 HORAS)

Módulo I: Las redes sociales

- Introducción a la web
 - Historia y origen de Internet
 - Características de las Redes Sociales
 - Perfil del usuario en Social Media
 - Las marcas
- Gestor de comunidad o community manager
 - ¿Qué es un Gestor de Comunidad o Community Manager?
 - Características del Community Manager.
 - Funciones del Community Manager:
 - La curación de contenido
 - Contenidos comerciales y comunidades comerciales
 - Cómo es el día a día de un Community Manager
 - Responsabilidades del Gestor de Comunidad:
 - Por qué es necesario un Community Manager
 - Consejos para futuros Community Manager
- Redes sociales: tipos y usos
 - Facebook
 - Twitter
 - LinkedIn
 - Instagram
 - TikTok
 - YouTube
 - Vimeo
 - Flickr
- Generación de contenidos. creación de blogs
 - Géneros periodísticos
 - Los medios de comunicación en Internet
 - El contenido de las páginas webs
 - Blogs
 - Foros
 - La generación de contenidos en las Redes Sociales
 - ¿Cómo actúa el usuario en un espacio web?
 - Sobre la propiedad intelectual
- Herramienta para la gestión y medición de las redes sociales
 - Herramientas para varias Redes Sociales: Hootsuite y Metricool
 - Herramientas para Twitter
 - Herramientas para Facebook: Creator y Business Manager
 - Herramientas Instagram: Creator y Business Manager



- Estrategia para actuar con éxito en social media
 - ¿Cuál es nuestro punto de partida?
 - ¿Cuáles son nuestros objetivos?
 - ¿Cuál es nuestro público objetivo?
 - ¿Qué herramientas plantearemos?
 - ¿Cómo saber si la estrategia de Social Media funciona?
 - Establecer objetivos, ¿qué son los KPIs?

Módulo II: Herramientas del posicionamiento

- Analítica: medición e interpretación de resultados
 - Google Analytics
 - PageSpeed Insights
 - Twitter Analytics
 - Facebook Insights
 - YouTube Insights
 - LinkedIn Insights
- ¿Qué es SEO?
 - Breve historia sobre el SEO
 - Ya sabemos qué es SEO, ¿pero qué es SEM?
 - Errores comunes en SEO
 - Herramientas y estrategias SEO
- Introducción y elementos del marketing digital
- Elementos del marketing digital
 - El producto
 - El producto desde el punto de vista de la empresa
 - El producto desde el punto de vista del comprador
 - El precio
 - Políticas de precio
 - Formas de pago
 - Los canales
 - Mecanismos de ayuda a los canales: servicios de gestión
 - La promoción
 - Los banners
 - El correo electrónico
 - Mensajes personalizados
 - Críticas y comentarios
 - Públicos objetivos del marketing digital
 - Los usuarios de Internet
 - El público objetivo en las transacciones comerciales electrónicas
 - El valor de la marca y el posicionamiento en Internet
- Herramientas estratégicas del marketing digital
 - Utilidad de la segmentación: requisitos, criterios y métodos.
 - Aplicación de la segmentación en el diseño de la estrategia comercial



- o Segmentación a través de la comunicación
 - o La afiliación hace la fuerza
 - o Definición de los programas de afiliación
 - o Éxitos en la afiliación
 - o El Marketplace: características y aspectos clave.
 - o Bases de éxito del marketplace
- Campañas de comunicación online
 - o Definición de una campaña integral de comunicación
 - o Características de la campaña integral
 - o Efectos de implantación de una campaña integral de comunicación en la red
 - o Preparación del briefing publicitario como punto de partida
 - o Ocho maneras esenciales de promoción en Internet
 - o La comunicación 360°
 - o El proceso de comunicación
 - o La regla de las 4F
 - o Flujo de información
 - o La funcionalidad
 - o El feedback
 - o La fidelización
 - o La velocidad de reacción
- La publicidad online y su eficacia
 - o Concepto de publicidad online
 - o Formas de publicidad online
 - o Formas publicitarias online no convencionales
 - o Tarifas y precios de medios publicitarios
 - o Precios de los medios publicitarios
 - o Factores que mejoran el éxito de los banners
 - o Datos de inversión y eficacia publicitaria
 - o Eficacia de una campaña publicitaria
 - o Medición de la eficacia publicitaria en Internet
 - o Tendencias de la publicidad online