

Las redes sociales en la gestión comercial y Google Adwords. (90 horas)

Módulo 1: Las Redes Sociales en la Gestión Comercial

Introducción a las Redes Sociales en la Gestión Comercial

- Importancia de las Redes Sociales en el Entorno Comercial
- Panorama actual de las redes sociales en el ámbito empresarial.
- Impacto de las redes sociales en las estrategias de marketing.

Estrategias y Planificación en Redes Sociales

- Desarrollo de una Estrategia de Redes Sociales
- Definición de objetivos SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound).
- Identificación y análisis del público objetivo.
- Planificación de Contenidos
- Elaboración de un calendario editorial.
- Tipos de contenido: imágenes, videos, infografías, blogs.
- Herramientas de Gestión de Redes Sociales
- Herramientas de programación y análisis (Hootsuite, Buffer, Sprout Social).

Creación de Contenido y Conversación en Redes Sociales

- El Social Media Manager: Funciones y Responsabilidades
- Rol y habilidades del Social Media Manager.
- Coordinación con otros departamentos (marketing, ventas, atención al cliente).
- Plataformas de Redes Sociales
- Características y usos específicos de Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok y YouTube.
- Marketing en Redes Sociales
- Estrategias de marketing en redes sociales: branding, promoción, engagement.
- Casos de estudio y mejores prácticas.
- Canva para la Creación de Contenido
- Introducción a Canva: interfaz y funciones básicas.
- Diseño de publicaciones, historias, banners y anuncios.
- Consejos para crear contenido atractivo y efectivo.

Escuchar y Medir en Redes Sociales

- Evaluación del Trabajo en Social Media
- Herramientas de análisis y monitoreo (Google Analytics, Facebook Insights).
- Métricas clave: alcance, impresiones, engagement, conversiones.
- Limitaciones, Éxitos y Fracasos del Social Media
- Estudios de caso y lecciones aprendidas.
- Gestión de Crisis en Redes Sociales
- Identificación y manejo de crisis.
- Protocolos y estrategias de respuesta.
- Aspectos Legales del Social Media
- Normativas y regulaciones aplicables.
- Buenas prácticas legales y éticas.

Módulo 2: Google AdWords

Fundamentos de Google AdWords

- Introducción a Google AdWords
- Panorama general y terminología básica.
- Formatos y Soportes Publicitarios
- Tipos de anuncios: búsqueda, display, video, shopping.
- Configuración básica de anuncios y campañas publicitarias.

Investigación y Selección de Palabras Clave

- Análisis de Palabras Clave
- Investigación de mercados: identificación de tendencias y oportunidades.
- Herramientas para el análisis de palabras clave (Google Keyword Planner, SEMrush).
- Selección y categorización de palabras clave.
- Medición resultados
- Ejercicios prácticos