

Redes Sociales en la Gestión Comercial y Google Adwords (90 horas)

Unidad 1: Introducción al marketing digital y redes sociales (10 horas)

1. Conceptos básicos de marketing digital.
2. Importancia de las redes sociales en la estrategia comercial.
3. Principales plataformas sociales y su uso comercial (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter).

Unidad 2: Estrategias comerciales en redes sociales (20 horas)

1. Creación y optimización de perfiles comerciales en redes sociales.
2. Diseño de contenido atractivo y adaptado a las plataformas.
3. Estrategias de engagement y fidelización de clientes.
4. Programación y gestión de publicaciones con herramientas como Hootsuite o Buffer.

Unidad 3: Publicidad en redes sociales (20 horas)

1. Introducción a la publicidad en Facebook Ads e Instagram Ads.
2. Segmentación de audiencias:
 - Públicos personalizados.
 - Públicos similares.
3. Creación y configuración de campañas publicitarias.
4. Análisis de resultados y optimización de campañas.

Unidad 4: Introducción a Google Adwords (Google Ads) (20 horas)

1. Conceptos básicos de Google Adwords.
2. Tipos de campañas:
 - Búsqueda, display y remarketing.

3. Configuración inicial de una campaña:

- Selección de palabras clave.
- Segmentación geográfica y demográfica.

4. Creación de anuncios efectivos:

- Redacción de títulos y descripciones.
- Uso de extensiones de anuncios.

Unidad 5: Análisis y optimización de campañas (20 horas)

1. Uso de Google Analytics para medir resultados.
2. Indicadores clave de rendimiento (KPI) en redes sociales y Google Adwords.
3. Optimización de campañas basadas en el análisis de datos.
4. Generación de informes comerciales.