



Redes sociales para la empresa

Sku: 4172EC

Horas: 50

OBJETIVOS

Conocer que son y en que consisten las redes sociales. Analizar las principales redes sociales actuales: genéricas, de contenido, profesionales, de contactos y mensajería. Valorar la importancia del target en la era digital. Examinar el uso de los medios online y offline. Analizar el SEM y Advertising. Conocer la estrategia en Social Media Marketing. Ser capaz de realizar un análisis DAFO, Análisis CAME y Análisis de la competencia en Redes sociales.

CONTENIDOS

Tema 1. Redes Sociales. Definición y clasificación. Qué son y en qué consisten. Principales redes sociales actuales y aspectos diferenciales. **Tema 2. Red Social y target.** Naturaleza de las comunidades. Redes para cada tipo de target. **Tema 3. Estrategia comercial en Redes Sociales.** Estrategias comerciales integradas. Conversiones en la venta y comercialización de productos on line. Por qué la estrategia comercial en redes sociales. Rentabilizar las redes sociales en beneficio de la marca. **Tema 4. Definición y elaboración de la estrategia en social media marketing.** El porqué de la estrategia. Análisis del contexto y su entorno. Selección de plataformas y objetivos. Fuentes de información. Medición y monitorización: seguimiento y adaptación. Momentos de crisis: acciones especiales.