



ADGG075PO. Social Media Marketing en Comercio

Sku: PD1131

Horas: 100

OBJETIVOS

Adquirir conocimientos sobre web 2.0, community manager, posicionamiento natural SEO, marketing digital y herramientas de comunicación y publicidad 2.0.

CONTENIDOS

Unidad 1: Introducción a la Web 2.0. Gestor de comunidad

- community manager. Introducción a la web 2.0.o Historia de Internet.
- Origen de la web 2.0.
- Características de las redes sociales.
- Perfil del usuario en social media.
- Las marcas en la web 2.0.
- Hacia dónde se dirige la web 2.0.
- Manifiesto Cluetrain. Gestor de comunidad o community manager.
- ¿Qué es un gestor de comunidad o community manager?
- Características del community manager.
- Funciones y responsabilidades del community manager.
- Cómo es el día a día de un community manager.
- Por qué es necesario un community manager.
- Consejos para futuros gestores de comunidad.

Unidad 2: Redes Sociales, tipos y usos. Generación de contenido. Creación de blogs.

- Redes sociales. Redes sociales: tipos y usos. Facebook. Twitter. LinkedIn. YouTube. Flickr. Foursquare. Google +. Otras redes sociales: Vimeo, Pinterest, Instagram, Xing y Tuenti.
- Generación de contenidos.

Unidad 3: Analítica: Medición e interpretación de resultados. Herramientas para la

medición de las redes sociales.

- Analítica web. Google Analytics. Google Insights. Facebook Insights. YouTube Insights. LinkedIn Insights.
- Herramientas para la medición de las redes sociales. Herramientas para varias redes sociales. Herramientas para Twitter. Herramientas para Facebook. Herramientas para Pinterest. Herramientas para Google+. Herramientas para Instagram.

Unidad 4: Estrategias para actuar con éxito en Social Media. ¿Qué es SEO?

- Estrategia para actuar con éxito en Social Media. ¿Cuál es nuestro punto de partida? ¿Cuáles son nuestros objetivos? ¿Cuál es nuestro público objetivo?