



ADGG12. Guión, contenido y publicidad en redes sociales.

Sku: PS_ADGG12

Horas: 20

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Conocer y utilizar los recursos publicitarios y de contenido en las distintas redes sociales para campañas de comunicación.

CONTENIDOS

- **Conocimiento / Capacidades cognitivas y prácticas.**
 - Introducción a las redes sociales.
 - Concepto
 - Utilidad.
 - Identificación de los tipos de redes sociales.
 - Horizontales y verticales
 - Personales y profesionales.
 - Las más comunes.
 - Utilización de las redes sociales como fuente de información.
 - Acceso a fuentes
 - Detección de tendencias.
 - Fake news y bulos
 - Utilización de las redes sociales como herramienta informativa.
 - Escuchar
 - Comunicar.
 - Contenido permanente vs. contenido efímero
 - Información 'viral'.
 - Cómo impactar en redes.
 - Importancia vs. Relevancia.
 - Fuentes de tráfico.
 - Aplicación de las redes sociales como herramienta publicitaria.
 - Estrategias de marketing.
 - Imagen de marca.
 - Estrategias de impacto
 - Identifica tendencias.
 - Los influencers.
 - Atiende a tus clientes.
 - Evalúa tu reputación.

- Mide y conoce a tu audiencia.
- Estrategias publicitarias.
 - Concepto
 - Ventajas e inconveniente.
 - El poder de la segmentación.
 - Cómo medir: KPI, objetivos y tipología Tests A/B, la clave del éxito.
 - Tipos de anuncio por red.
- Comunicación de crisis en redes sociales.
 - Escucha y detección temprana.
 - Evaluación del impacto.
 - Análisis de actuación estratégica.
 - Ejecución de la estrategia.
 - El silencio y el 'efecto Streisand'.
- Conocimiento de tendencias de futuro
 - La voz.
 - Escucha permanente.
 - Más efímero que imborrable
 - A favor de un 'diseño humano'.
- **Habilidades de gestión, personales y sociales.**
 - Fomento del interés por el uso de los recursos publicitarios en las distintas redes sociales para mejorar el desempeño profesional en el puesto de trabajo y aumentar la competitividad de la empresa.
 - Valoración de la importancia de realizar correctamente la detección de alguno de los posibles puntos de mejora en las campañas de comunicación.
 - Toma de conciencia de mantener una actitud de evaluación del propio trabajo y de mejora constante.