|  |
| --- |
| Logo Solucion |

|  |
| --- |
| CursoOn Line |

|  |
| --- |
| **Facebook para empresas y emprendedores** |

|  |
| --- |
| **Objetivos:** |
| - Conocer cómo se adapta la elaboración del plan de marketing tradicional a las especificaciones que comportan las redes sociales y herramientas 2.0. - Aprender la importancia en la planificación estratégica de la creación del social media pan, documento indispensable antes de iniciar cualquier acción 2.0. - Conocer la importancia del eBranding como filosofía del marketing y punto de salida de nuestras acciones. - Aprender a desarrollar los diferentes perfiles que pone a nuestra disposición Facebook para desarrollar las relaciones sociales y generar conversación alrededor de la marca. - Conocer a fondo la elaboración e implementación de las páginas y grupos desde la empresa. - Desarrollar habilidades comunicativas que permitan una implementación efectiva de Facebook en la estrategia comunicativa de la empresa. |

|  |
| --- |
| **Temario:** |
| **Social media marketing** Introducción. Social media marketing. Social media engagement. Social CRM. El community manager. ¿Por qué elegir Facebook? Caso de éxito: Obermutten. Resumen.  **Facebook marketing** Introducción. eBranding. Facebook marketing. ¿Perfil, grupo o página? Caso de éxito: hotel Entremares. Resumen.  **Las páginas** Introducción. Crear una página paso a paso. Interfaz de Facebook. Caso de éxito: Oreo. Resumen.  **Aplicaciones** Introducción. Aplicaciones. Aplicaciones propias: eventos y notas. Aplicaciones profesionales. Caso de éxito: Red Bull. Resumen.  **Creación de un grupo** Registro. Personalización. Invitaciones. Preguntas prácticas. Ejercicios de autoevaluación.  **Integración con otras herramientas** Introducción. Twitter. Wordpress. SlideShare. Marcadores sociales. Pinterest. Instagram. YouTube. Foursquare. Google Glass. Caso de éxito: Real Madrid F.C. Resumen.  **Marketing para fans** Introducción. Inbound marketing. EdgeRank. Marketing para fans. Optimizar la interacción. Convertir usuarios en compradores. Rentabilizar. Caso de éxito: Hawkers. Resumen.  **Plataforma publicitaria** Introducción. Publicidad en Facebook. Caso de éxito: Privalia. Resumen.  **Métricas y monitorización** Introducción. Key Performance Indicators. Facebook Insights. Monitorización: del ROI al IOR. Caso de éxito: Coca-Cola. Resumen.  **Glosario** |