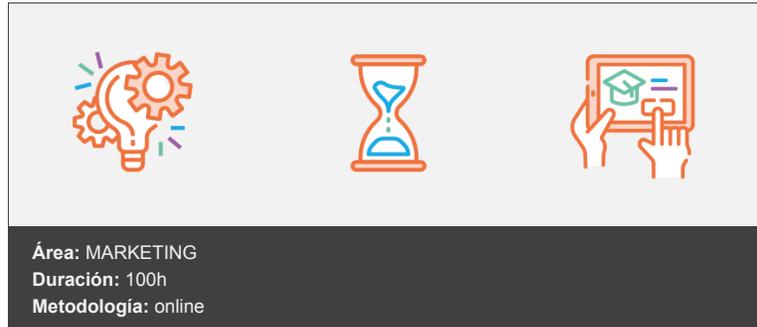


## Social Media Marketing en comercio



### Objetivos

- Adquirir conocimientos sobre web 2.0, community manager, posicionamiento natural SEO, marketing digital y herramientas de comunicación y publicidad 2.0.
- Comprender los cambios que la web 2.0 introduce en la gestión del comercio en general y de las funciones de marketing y comunicación. • Conocer las nuevas posibilidades de construcción de comunidades en línea que plantea el panorama 2.0. • Familiarizarse con los medios que internet pone a disposición de los community manager para la gestión de las comunicaciones online. • Conocer la función que el community manager realiza en la empresa. • Entender la necesidad de profesionalización de la gestión de las comunicaciones 2.0 de la empresa con su entorno. • Conocer la aplicación que se puede dar a las redes sociales en el entorno profesional. • Identificar los tipos de redes sociales y formas de calificarlas. • Situar el papel y la importancia de las estrategias de creación de contenido para asistir a cada uno de los medios de presencia en línea. • Familiarizarse con las particularidades legales del entorno online. • Ser consciente de la importancia de implementar un sistema de analítica para garantizar el éxito de las acciones de marketing digital. • Conocer las herramientas que las diferentes plataformas y medios sociales ponen a disposición de sus usuarios. • Conocer las herramientas externas de las que los Community Managers pueden hacer uso para sus labores de monitorización, control y gestión de redes sociales.
- Comprender la necesidad de desarrollar una estrategia en redes sociales de forma coordinada, en base a un plan de social media. • Ser conscientes de la necesidad de implementar un sistema de analítica que controle la implementación de dicho plan de social media. • Conocer las estrategias de SEO para lograr buenas posiciones en buscadores de forma orgánica, así como las diferentes herramientas que existen para el desarrollo de estas funciones. • Conocer el papel del marketing digital en el mercado actual. • Descubrir el planteamiento estratégico del marketing digital, sus diferentes elementos y herramientas. • Explorar las posibilidades que los medios sociales ofrecen a las empresas que operan en el entorno digital. • Aprender la importancia de la estrategia de segmentación como base de la planificación estratégica de marketing para lograr el éxito y la rentabilidad de sus acciones. • Conocer las diferentes estrategias, medios y aplicaciones de la estrategia de segmentación. • Acercarse a otras herramientas estratégicas de utilidad para la empresa en relación a una estrategia de segmentación adecuada. • Identificar las diferentes funciones de marketing que se pueden beneficiar de los procesos de personalización. • Conocer herramientas prácticas para el diseño estratégico de estrategias de marketing personalizado. • Comprender el funcionamiento y las particularidades de una campaña integral de comunicación y los beneficios que este tipo de estrategias pueden ofrecer a las empresas. • Familiarizarse con nuevos planteamientos estratégicos que buscan la interacción de la relación entre empresa y cliente. • Conocer los diferentes medios y formatos disponible para publicitar una marca de forma online
- Analizar de forma crítica las diferencias de inversión y eficacia en campañas de publicidad online y offline • Ser conscientes de la predicción de la evolución de las técnicas de publicidad online y conocedores de los formatos que ganarán importancia en los próximos años.

### Contenidos y estructura del curso

1. Introducción a la Web 2.0. Gestor de comunidad o community manager.
2. Redes Sociales, tipos y usos. Generación de contenido. Creación de blogs.
3. Analítica: Medición e interpretación de resultados. Herramientas para la medición de las redes sociales.
4. Estrategias para actuar con éxito en Social Media. ¿Qué es SEO?
5. Introducción al marketing digital. Elementos del marketing digital.

6. Herramientas estratégicas del marketing digital.

7. La personalización y el marketing digital.

8. Campañas de comunicación online.

9. La publicidad online y su eficacia.

## Metodología

En Critería creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

## Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Critería, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

*En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:  
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!*

Blog de Critería

