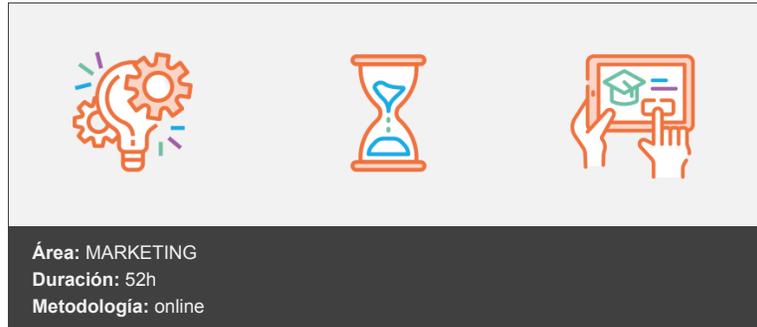


criteria

Experto en marketing 2.0 y comunicación digital



Objetivos

- Conocer los fundamentos básicos del marketing tradicional e identificar las herramientas y estrategias que podemos encontrar.
- Aprender a identificar el público objetivo en cada caso y conocer qué estrategias de marketing podemos emplear para llegar a ellos.
- Conocer los motivos por el que se dio la revolución digital y las consecuencias de ello.
- Adquirir conocimiento sobre las nuevas tendencias de marketing online y de comunicación digital.
- Mejorar las capacidades comunicativas de los trabajadores que van a hacerse cargo de la comunicación de la empresa.
- Aprender cuáles son las tendencias del comercio electrónico y cómo podemos aplicarlas en cada empresa.
- Conocer los rasgos y cualidades básicas de un buen gestor de redes sociales, así como las características de las herramientas que utilizan en su desempeño laboral.
- Comprender los fundamentos básicos del puesto de community manager, así como sus labores y responsabilidades diarias.
- Identificar las herramientas destinadas a la creación de contenidos, así como las características y rasgos de cada una de ellas.
- Aprender a utilizar los procedimientos necesarios para la elaboración de un plan estratégico de redes sociales, que pueda ser de utilidad práctica para cada empresa.
- Mejorar las capacidades comunicativas de los trabajadores que van a hacerse cargo de la comunicación de la empresa.
- Adquirir conocimiento sobre las nuevas tendencias en el mundo de las redes sociales y de la comunicación digital.
- Conocer en profundidad el uso y las características de las redes sociales más utilizadas (Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn) y aprender a aplicarlos y adaptarlos a cada situación.

Contenidos y estructura del curso

BLOQUE 1. ¿Qué es el marketing?

Unidad 0. Introducción

Unidad 1. Introducción al marketing

1.1 Introducción

1.2 Descripciones.

1.3 Breve historia sobre el marketing.

Unidad 2. Conceptos básicos de marketing

2.1 El cliente y el mercado. Necesidades y deseos.

2.2 Análisis de la situación.

2.3 Marketing Mix (Las 4 P's del marketing)

2.4 Estrategias de marketing.

Unidad 3. La revolución digital

3.1 La revolución digital.

BLOQUE 2. El marketing digital

Unidad 1 ¿Qué es el marketing digital?

- 1.1 Conceptos básicos.
- 1.2 Perfil del usuario digital.

Unidad 2 Ventajas y desventajas del marketing digital

- 2.1 Ventajas.
- 2.2 Desventajas.

Unidad 3 Nuevas tendencias de comunicación

- 3.1 Comunicación 360°.
- 3.2 Publicidad Online.
- 3.3 La comunicación móvil.
- 3.4 Advertainment, Advergaming y Street Marketing.
- 3.5 La comunicación experiencial y sensorial.

Unidad 4 Herramientas para la comunicación digital

- 4.1 La Web 2.0.
- 4.2 El correo electrónico o email marketing.
- 4.3 Las redes sociales.

BLOQUE 3. El comercio electrónico

Unidad 1. ¿Qué es el comercio electrónico?

- 1.1 Conceptos básicos.
- 1.2 Características del comercio electrónico.
- 1.3 Ventajas del comercio electrónico.

Unidad 2. Estado actual del comercio electrónico

- 2.1 Ventas de comercio electrónico en España.
- 2.2 Perfil de los e-compradores
- 2.3 ¿Cómo aumentar las opciones de compra online?

Unidad 3. Tipos de modelos de negocio electrónico

- 3.1 Tipos de modelos de negocio electrónico.

BLOQUE 4. La figura del Community manager

Unidad 0. Introducción

Unidad 1. Introducción al community management

- 1.1 Conceptos básicos.
- 1.2 Cualidades del buen Community manager.
- 1.3 Funciones del CM de la empresa.

Unidad 2. El día a día de un Community manager

- 2.1 Plan de contenidos.
- 2.2 Análisis y planificación de las redes sociales.
- 2.3 Creación de contenidos de calidad.
- 2.4 Herramientas de un Community manager.

Unidad 3. Casos de éxito

BLOQUE 5. La comunicación en Social Media.

Unidad 1. ¿Por qué implantar una estrategia de social media en nuestra empresa?

- 1.1 Conceptos básicos.
- 1.2 Ventajas de implantar una estrategia de social media.
- 1.3 Datos sobre el estado actual de las comunidades online.

Unidad 2. Elaboración del plan de Social Media Marketing

- 2.1 Conceptos básicos.
- 2.2 El plan paso a paso.
- 2.3 Herramientas para la creación de contenido.

BLOQUE 6. Las redes sociales

Unidad 1. ¿Qué es una red social?

- 1.1 Conceptos básicos.
- 1.2 Evolución de las redes sociales
- 1.3 Ventajas y desventajas de las redes sociales.
- 1.4 La reputación online.

Unidad 2. Identificación de las diferentes comunidades

- 2.1 ¿Qué es una comunidad?
- 2.2 Elección de las redes sociales adecuadas.
- 2.3 Hacia la fidelización del cliente.

Unidad 3. Monitorización y medición de las acciones en redes sociales

- 3.1 Conceptos básicos.
- 3.2 Herramientas para la monitorización.
- 3.3 Interpretación de los resultados.

Unidad 4. Facebook

- 4.1 Conceptos básicos.
- 4.2 Crear y configurar el perfil de empresa.
- 4.3 Herramientas de Facebook para las empresas.
- 4.4 La estrategia de contenidos en Facebook.
- 4.5 Medir los resultados en Facebook.

Unidad 5. Twitter

- 5.1 Conceptos básicos.
- 5.2 Crear y configurar el perfil de empresa.
- 5.3 La estrategia de contenidos en Twitter.
- 5.4 Medir los resultados en Twitter.

Unidad 6. Instagram

- 6.1 Conceptos básicos.
- 6.2 Crear y configurar el perfil de empresa.
- 6.3 La estrategia de contenidos en Instagram.
- 6.4 Medir los resultados en Instagram.

Unidad 7. LinkedIn

- 7.1 Conceptos básicos.
- 7.2 Crear y configurar el perfil de empresa.
- 7.3 La estrategia de contenidos en LinkedIn.
- 7.4 Medir los resultados en LinkedIn.

Metodología

En Criteria 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

