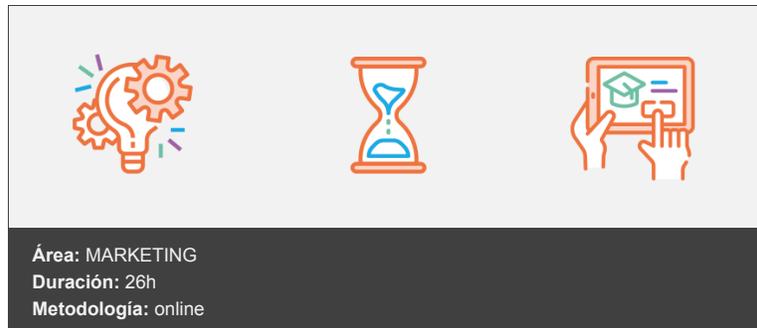


Marketing en redes sociales y gestión de aplicaciones móviles



Objetivos

BLOQUE 1: Marketing en Redes Sociales

- Conocer las Redes Sociales más utilizadas.
- Diferenciar entre el Marketing tradicional y el Marketing en Redes Sociales.
- Conocer los diferentes elementos que integran el Marketing.
- Entender la importancia de la comunicación en las Redes Sociales.
- Identificar los diferentes tipos de Marketing Electrónico.

BLOQUE 2: Community Manager

- Conocer la figura del Community Manager.
- Identificar las diferentes características que debe tener un Community Manager.
- Entender cuál es la organización del trabajo en Redes Sociales.
- Conocer cuáles son las herramientas para el trabajo en Redes Sociales.
- Interiorizar los elementos básicos a tener en cuenta para crear contenido en Redes Sociales.

BLOQUE 3: Gestión de aplicaciones móviles

- Conocer qué es el Marketing Móvil.
- Entender la importancia de la usabilidad en las aplicaciones móviles.
- Identificar las estrategias y herramientas tanto de captación como de retención de usuarios.

Contenidos y estructura del curso

BLOQUE 1: MARKETING EN REDES SOCIALES

UD 1: Introducción al Marketing en Redes Sociales

1. ¿Qué es el Marketing?
2. El consumidor.
3. La demanda.
4. La teoría de la larga cola.
5. Beneficios del Marketing en Redes Sociales.

6. Tipos de Marketing.

UD 2: Proceso de implantación del Marketing

1. Marketing estratégico.
2. Marketing mix.
3. Plan de Marketing.
4. Control.

UD 3 La comunicación

1. Entendiendo la comunicación.
2. 10 Reglas para una comunicación efectiva en Redes Sociales.

UD 4: Las Redes Sociales

1. Evolución.
2. Diferencia entre medio social y red social.
3. Tipos de redes sociales.
 - 3.1. Redes Sociales generalistas vs Redes Sociales profesionales.
 4. Las redes sociales más utilizadas.
 - 4.1. Redes Sociales generalistas
 - 4.1.1. Facebook
 - 4.1.2. Twitter
 - 4.1.3. Instagram
 - 4.1.4. YouTube
 - 4.1.5. Pinterest
 - 4.1.6. Google +
 - 4.1.7. Reddit
 - 4.1.8. Tumblr
 - 4.2. Redes Sociales profesionales
 - 4.2.1. LinkedIn
 - 4.2.2. Vimeo
 - 4.2.3. Xing

UD 5: Identificación del público objetivo

1. El mercado en las Redes Sociales.
2. Identificar el target.
3. Estrategias para segmentar el mercado.
4. Cuánto vale cada seguidor de Facebook y Twitter.

UD 6: Posicionamiento web

1. Cómo funciona el posicionamiento web.
2. Importancia del posicionamiento web.
3. Detección de las palabras clave.
4. Posicionamiento en Redes Sociales.

UD 7: Comercio electrónico

1. Ventajas del comercio electrónico.

- 1.1. Ventajas en las empresas.
- 1.2. Ventajas en los consumidores.
 2. Inconvenientes del comercio electrónico.
- 2.1. Comercio electrónico y Redes Sociales.
 3. Claves para vender en Redes Sociales.

UD 8: Email Marketing

1. Ventajas del Email Marketing.
2. Claves para tener éxito en nuestra campaña.
3. Consejos para mejorar nuestras campañas.
4. Escoger la plataforma ideal.
5. Anatomía de un Newsletter.
6. Elaboración de un buen contenido.
7. 10 consejos en Email Marketing.
8. 10 errores en Email Marketing.

BLOQUE 2: COMMUNITY MANAGER

UD 1: La figura de Community Manager

1. Definiciones de Community Manager .
2. El Community Manager.
3. Tipos de Community Manager.

UD 2: Funciones de un Community Manager

1. Las tareas de un Community Manager.
2. Las 7'Cs del Community Manager.
3. Objetivos de un Community Manager.
4. Responsabilidades de un Community Manager.
5. El día de un Community Manager.

UD 3: Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager

1. Características de un Community Manager.
2. Habilidades de un Community Manager.
3. Cualidades personales de un Community Manager.

UD 4: Organización del trabajo en Redes Sociales

1. Escuchar.
2. Planificar.
3. Crear compromiso.
4. Medir y evaluar.
5. Definir una rutina.
6. Presentación del resultado de tu trabajo.

UD 5: Crear contenido en las Redes Sociales

1. Consejos para crear contenido en Twitter.
 - 1.1. Buenas prácticas para crear contenido en Twitter.

1.2. Malas prácticas para crear contenido en Twitter.

1.3. Caso de éxito.

2. Consejos para crear contenido en Facebook.

2.1. Buenas prácticas para crear contenido en Facebook.

2.2. Malas prácticas para crear contenido en Facebook.

UD 6: Estrategias para aumentar las ventas

1. Imagen de marca.

1.1. Ejemplo de campaña viral.

2. Ventas online.

3. Estudios de mercado.

4. Fidelización de clientes.

5. Captación de leads.

UD 7: Herramientas para el trabajo en las Redes Sociales

1. Crear y organizar el trabajo en Redes Sociales.

2. Variables a tener en cuenta en la medición de las Redes Sociales.

3. Medición del ROI en la estrategia del Social Media.

4. Análisis de Redes Sociales.

UD 8: Éxitos y errores – Casos reales

1. Casos de éxito.

2. Errores de gestión de la reputación en Redes Sociales.

BLOQUE 3: GESTIÓN DE APLICACIONES MÓVILES

UD 1: Marketing Móvil

1. Qué es una App.

2. Qué es el Marketing Móvil.

UD 2: Factores a tener en cuenta para crear una estrategia de App Marketing exitosa

1. Medición de resultados en campañas de App Marketing.

2. Errores más comunes en las campañas de App Marketing.

3. Herramientas de medición de resultados en campañas de App Marketing.

4. Claves para el desarrollo de la estrategia en App Marketing.

UD 3: Optimización de la APP

1. Usabilidad y experiencia de usuario.

2. Vías de monetización para la app.

UD 4: Estrategias y herramientas de captación de usuarios

1. Email Marketing

2. Códigos QR

3. Twitter

4. Facebook

5. Instagram

UD 5: Estrategias y herramientas de retención de usuarios

1. In-App Cross Promotion.
2. Tipos de notificaciones.
3. Geofencing.

UD 6: El Mobile Marketing y las Redes Sociales

1. Cómo combinar el Mobile Marketing con las Redes Sociales.

UD 7: Casos de éxito

1. The North Face
2. Ikea
3. Intel
4. Chipotle
5. Starbucks
6. Cadbury

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

