

Categorías: Comercio y marketing

### OBJETIVOS

" Conocer acerca de los inicios de Facebook y su evolución. Distinguir entre perfil y página. Adquirir conocimiento acerca de la utilidad de los eventos. Manejar los diferentes papeles dentro de un grupo. Describir las funciones del chat a nivel comercial. Conocer el concepto de e-branding y su importancia en la actualidad. Enumerar las funciones principales de un community manager. Conocer las características de un community manager. Distinguir el público objetivo en Facebook. Establecer los objetivos y metas a alcanzar para la correcta elección de la estrategia. Aprender las diferentes herramientas que podemos utilizar. Conocer todos los tipos de publicaciones de Facebook y los que tienen mayor alcance. Saber distinguir qué colores son los más apropiados, por lo que sugieren cada uno, y aplicarlos según segmento. Discernir qué horas y días de la semana son los más relevantes para poder realizar nuestras publicaciones de empresa en Facebook y tener el mayor alcance posible. Enumerar las herramientas que tenemos a nuestro alcance para realizar una estrategia correctamente frente a la competencia. Distinguir los conceptos de "alcance" e "impresión" y saber calcular el engagement." " "

### CONTENIDOS

UD1. FACEBOOK 1.1. Introducción 1.1.1. Origen 1.1.2. Evolución e impacto 1.1.3. Interfaz 1.2. Diferencias entre perfil y página 1.2.1. Creación de un perfil y de una página 1.3. Eventos 1.4. Grupos 1.5. Messenger UD2. E-BRANDING 2.1. E-branding ¿Cómo lo construimos? 2.2. Papel del community manager 2.2.1. Funciones 2.2.2. Objetivos 2.2.3. Características 2.3. Cómo establecer presencia en Facebook 2.3.1. Define tu público objetivo 2.3.2. Establecer objetivos 2.3.3. Decidir un nombre 2.3.4. Editar la información de forma completa. 2.3.5. Añadir un botón de llamada a la acción 2.3.6. Agregar imágenes de la marca 2.3.7. Uso de hashtag UD3. ESTRATEGIAS A LA HORA DE PUBLICAR 3.1. Tipos de publicaciones en Facebook 3.1.1. Publicación de Facebook con texto 3.1.2. Publicación de Facebook con fotos 3.1.3. Publicación de Facebook con vídeo 3.1.4. Publicaciones de Facebook Live (vídeo en vivo) 3.1.5. Publicación con contenido vinculado (o publicación de enlace) 3.1.6. Publicación de encuesta en Facebook 3.1.7. Historias de Facebook 3.1.8. Publicación fija 3.2. Psicología del color 3.3. Horas recomendadas 3.4. Estrategias a seguir 3.4.1. Analiza a tu competencia 3.4.2. Dirígete a tu público ideal 3.4.3. Diseño atractivo de contenido 3.5. Facebook Ads 3.6. Engagement 3.6.1. Qué es el engagement 3.6.2. Cómo se calcula 3.6.3. Impresiones y alcance

