

Categorías: Ofimática, informática y comunicaciones

### 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 plan, 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.

### CONTENIDOS

Social media marketing Introducción. Social media marketing. Social media engagement. Social CRM. El community manager. ¿Por qué elegir Facebook? Caso de éxito: Obermuttern. 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. Los grupos Introducción. El grupo y su creación. Los grupos como herramienta de comunicación interna. Caso de éxito: Imagina... Crea. Resumen. 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

