

## **CURSO SUPERIOR DE REDES SOCIALES (60 HORAS)**

Este nuevo Curso Superior responde a la necesidad de los profesionales del marketing digital en un entorno de reciente pero muy rápido desarrollo, de crecimiento exponencial, y con un nuevo planteamiento comunicativo.

### **Objetivos del Curso superior de Publicidad Digital:**

Los objetivos de este curso son enseñarte a:

- Entender estos nuevos contextos de comunicación es un imperativo para poder desarrollar nuestras estrategias de marketing y comunicación online.
- Aprender a crear, integrar y desarrollar las oportunidades que ofrecen las Redes Sociales en tus estrategias de relación, comunicación y venta con clientes actuales y potenciales.
- A lo largo del Curso conocer en profundidad a los nuevos consumidores, el marco general de las Redes.
- Las oportunidades que nos ofrecen estos medios en Publicidad Digital
- Cómo gestionar la reputación online
- Cómo desarrollar estrategias virales,
- Las métricas más utilizadas para medir resultados e interacciones...
- Conocer en profundidad conceptos como crossusers, crowdsourcing, Customer Social Relationship Management, Buzz Marketing, WOM, Viral marketing, ORM, SMO, social media analytics.

### **A quién va dirigido:**

- Profesionales o futuros profesionales del marketing, comunicación, publicidad y/o venta.
- Profesionales de agencias de marketing relacional, directo & interactivo
- Profesionales pertenecientes a departamentos de marketing, comunicación, ventas y CRM.

### **Titulación:**

- Diploma en Redes Sociales: co-firmado por ESIC (Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing) e ICEMD (El Instituto de Comercio Electrónico y Marketing Directo).

#### **OFICINAS**

## Programa

### 1. Cómo diseñar y planificar un Plan de Social Media:

- La socialización del negocio on line: Blogs, Foros, Agregadores de noticias,
- Microblogging / Nanoblogging, Podcast y Video Online, Comunidades,
- Panorama de las principales social media en España: Linked-In, Xing, Tuenti, Facebook,
- Twitter, Flickr, Youtube, Slideshare, Menéame y sus principales usos en la empresa 2.0
- Plan de Marketing Social:
  - Social Media para entender mejor los mercados, para reforzar notoriedad e imagen de tu marca, y para aumentar la experiencia de tu cliente.
  - Claves de una buena estrategia digital
  - Método POST (Forrester)
  - Estrategia, táctica y operativa en el Plan de Marketing.
  - Segmentación y microsegmentación del target en entornos sociales
  - Ética empresarial 2.0
- Casos de éxito y fracaso: de la pyme a la gran empresa
- Métricas generales, ROI y Social CRM

### 2. TALLER HOW TO: "Qué hacer y cómo sacar el máximo provecho a las principales Redes Sociales":

- Cómo utilizar Facebook para relacionarme, para comunicar novedades, ofertas,
- eventos, lanzamientos, y generar base de datos.
- Cómo hacer publicidad en Facebook ( completo)
- El auge del Facebook Commerce
- Cómo comunicar presentaciones de producto en Slideshare
- Cómo aprovechar Flickr para publicar y que publiquen fotos de mi producto
- Cómo aprovechar Youtube
- aprovecharlo y cómo divulgarlo fuera del canal
- Cómo utilizar y aprovechar Twitter
- Cómo utilizar y para qué LinkedIn y Xing en B2B y B2C

### 3. TALLER: cómo montar tu propio Blog empresarial:

- Cómo empezar
- Elección de herramientas: puntos fuertes y débiles de actuales
- Cómo llamar la atención
- Cómo publicar y promocionar tu Blog
- Cómo divulgar y viralizar sus contenidos
- Cómo integrarlo con los medios sociales
- Redacción 2.0

### 4. Estrategias de Redes Sociales Multicanal

#### OFICINAS

- **Social Media Multicanal: planificación de marketing on/off convencional versus planificación de marketing SOCIAL MEDIA MULTICANAL**
- **Realizar acciones multiplataforma (ordenadores, móvil,pda, tablet) y como gestionarlo.**
- **Dinamización de las acciones SOCIAL MEDIA MULTICANAL mediante la coordinación de medios; planificación publicitaria, marketing viral, promociones y concursos, street marketing, etc...**
- **Potenciadores de las acciones de Social Media para incrementar su efectividad. El Valor Añadido del Social Media.**
- **Alianzas tácticas entre compañías para optimizar las acciones.**

#### **5. Las Redes Sociales como medios publicitarios:**

- **La Publicidad en las Redes Sociales**
- **Puntos fuertes y débiles como medio publicitario**
- **Formatos, soportes y estilos**
- **Audiencias y perfiles**
- **Modelos de segmentación**
- **Planificación, Diseño y Ejecución de campañas en Redes Sociales**
- **Integración acciones: captación y fidelización**
- **Cómo integrarlo en las campañas de publicidad integral**
- **Mercado de las apps**
- **La 'gamificación' del mercado**

#### **6. Buzz Marketing: Word-of-Mouth Marketing, Buzz, Viral y Marketing de Guerrilla (5 horas) :**

- **Definición y características**
- **Estrategias de WOM positivo**
- **Factores que conducen a la viralidad**
- **Estrategias a impulsar y errores a evitar**
- **Cómo desarrollar una campaña de WOM marketing paso-a-paso**
- **Métricas de Viralidad**

#### **7. La creatividad en redes sociales:**

- **Las claves de la ejecución creative en Redes Sociales**
- **Cómo despertar la atención, el interés, deseo, convicción y acción en medios sociales**
- **La integración de posts y mensajes con Landing Pages efectivas**
- **Oportunidades y limitaciones creativas en Redes Sociales**
- **La creatividad aplicada a objetivos concretos de marketing en Social Media.**
- **La integración creativa con el resto de medios**

#### **8. Social Media Analytics:**

##### **OFICINAS**

- **Análisis del ROI en acciones de marketing en Social Media**
- **Análisis del ROI en acciones publicitarias en Social Media**
- **Métricas y KPI's en Social Media**
- **Herramientas y Metodologías**

#### **9. Mobile Social Media Applications:**

- **La integración del móvil en las Redes Sociales**
- **Movilidad, relación, ubicuidad, y publicidad**
- **Geolocalización, directorios móviles, recomendaciones online y compra.**
- **Facebook places: estrategias**
- **Las aplicaciones móviles como medio de relación, publicidad y venta**

#### **12. La Gestión del Contacto con el Cliente a través de Redes Sociales:**

- **El nuevo ecosistema de clientes: Interacciones controladas y no controladas**
- **La importancia de la ORM (casos y gestión)**
- **La relevancia de la opinión publicada**
- **Customer care**
- **Customer Service 2.0**
- **Análisis de la Net Promote Score (NPS) como benchmarking de tu reputación social**

#### **OFICINAS**