



Curso Online de Comunicación Digital y Estrategia en Redes Sociales para la empresa

Estrategias y herramientas de comunicación digital para la promoción de empresas en medios digitales.



[e]
Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



MANAGER
BUSINESS
SCHOOL

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com
www.iniciativasempresariales.com

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

Presentación

La digitalización de nuestros negocios dejó de ser una ventaja competitiva pasando a ser una estrategia fundamental para el desarrollo y evolución de nuestras empresas. La comunicación digital y una correcta estrategia en redes sociales nos permitirá conocer y entender nuestro sector, conocer mejor a nuestros clientes y diseñar canales funcionales que nos permitan trabajar nuestro posicionamiento y obtener mejores resultados de negocio.

Entender cómo funciona cada canal digital, así como estudiar y explorar las diferentes tácticas y oportunidades que nos ofrece el mundo digital nos permitirá tomar decisiones inteligentes mientras hacemos un uso eficiente de nuestros presupuestos.

En este curso recorreremos las diversas plataformas digitales que tenemos a nuestra disposición, conoceremos nuestras fortalezas y oportunidades y fijaremos las estrategias necesarias para nuestra realidad de negocio y nuestros clientes. Todo en pro de la consecución de los objetivos de negocio.

La Formación E-learning

Los cursos online se han consolidado como un método educativo de éxito en la empresa ya que aportan flexibilidad al proceso de aprendizaje, permitiendo al alumno escoger los momentos más adecuados para su formación. Con más de 35 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1

La posibilidad de **escoger** el momento y lugar más adecuado para su formación.

2

Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3

Aumentar sus capacidades y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.

4

Trabajar con los recursos que ofrece el entorno on-line.

Comunicación Digital y Estrategia en Redes Sociales para la empresa

Objetivos del curso:

- Conocer el potencial que tiene su negocio al implementar una correcta estrategia digital.
- Establecer una presencia correcta y activa en los principales canales digitales y redes sociales que necesite su empresa.
- Cómo convertirse en un líder digitalizado, apoyando el desarrollo de su negocio mientras crea relaciones de valor con sus clientes en plataformas digitales.
- Desarrollar en profundidad la funcionalidad de las principales redes sociales y su utilización en la estrategia de comunicación de empresas, marcas y personas.
- Conocer el concepto de marketing de contenidos, así como sus principales objetivos.
- Saber utilizar diversas estrategias digitales para vender más y generar negocio.
- Utilizar LinkedIn como herramienta de posicionamiento personal en pro del crecimiento de su empresa.
- Implementar una estrategia de marketing de contenidos para conectar con los diferentes grupos de clientes según la etapa del embudo de ventas en la que se encuentren.
- Diseñar perfiles de clientes o Buyer personas.
- Crear, analizar e interpretar reportes de las diferentes herramientas y canales digitales.
- Tomar decisiones fundamentadas en el análisis y las principales métricas digitales.
- Entender la importancia de crear un Plan de Marketing Digital.

“ Domine cómo establecer una presencia correcta y activa en canales digitales y redes sociales y que repercuta favorablemente en su empresa”

Dirigido a:

Profesionales de los departamentos de Marketing, Publicidad, Comercial y Comunicación, así como a todos aquellos responsables de empresa que quieran utilizar las redes sociales y la comunicación digital para posicionarse, ser reconocidos por su producto o marca y generar más ventas.

Comunicación Digital y Estrategia en Redes Sociales para la empresa

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 80 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio

8 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning



Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Contenido del Curso

MÓDULO 1. Panorama digital y tendencias

6 horas

El mundo se ha digitalizado, la forma en la que pensamos, hablamos, aprendemos y compramos también se ha digitalizado. Los seres humanos nos hemos volcado a un mundo totalmente asistido por la tecnología y por diversas herramientas que nos facilitan la vida.

Ante este panorama los negocios deben enfrentar la realidad de un mundo lleno de nuevas oportunidades para conectar con sus consumidores, promover sus productos y mantener su rentabilidad.

1.1. Digitalización:

1.1.1. ¿Qué es la digitalización?

1.1.2. Impacto de la tecnología en nuestro día a día.

1.2. Marketing digital:

1.2.1. ¿Qué es marketing digital?

1.2.2. Importancia del marketing digital en los negocios.

1.3. Conociendo el panorama digital en el mundo:

1.3.1. Datos generales del panorama digital en el mundo.

MÓDULO 2. Plataformas digitales y conceptos

14 horas

2.1. Principales conceptos de marketing digital.

2.2. Sitios web:

2.2.1. Tipos de sitios web.

2.2.2. Elementos básicos de los sitios web:

2.2.2.1. Dominio.

2.2.2.2. Hosting.

2.2.2.3. Otros elementos básicos de los sitios web.

2.2.2.4. Importancia de los sitios web.

2.2.2.5. ¿Por qué no funcionan los sitios web?

2.2.2.6. Pasos para crear un sitio web.

2.2.2.7. ¿Qué no debe faltar en un sitio web?

2.2.2.8. Tendencias de diseño web.

2.2.2.9. Evaluación web.

2.3. Estrategia móvil:

2.3.1. Conceptos móviles en la estrategia digital.

Comunicación Digital y Estrategia en Redes Sociales para la empresa

- 2.3.2. Claves del marketing móvil.
- 2.3.3. Estrategias móviles.
- 2.3.4. Caso Coca Cola se encuentra con sus consumidores en móvil.
- 2.3.5. Aplicaciones móviles progresivas (Progressive Webb Apps).
- 2.3.6. Conclusiones de la experiencia móvil.

2.4. Email marketing:

- 2.4.1. ¿Qué es email marketing?
- 2.4.2. Beneficios del email marketing.
- 2.4.3. Anatomía de un buen email marketing.
- 2.4.4. ¿Qué es un CRM?
- 2.4.4.1. Importancia y funcionalidad del CRM.
- 2.4.5. ¿Cómo crear y administrar listas?
- 2.4.6. Plataformas para realizar envíos y administrar datos:
 - 2.4.6.1. Mailchimp.
 - 2.4.6.2. Constant Contact.
 - 2.4.6.3. Get Response.
 - 2.4.6.4. Sendinblue.

MÓDULO 3. Redes sociales

20 horas

Las redes sociales se han convertido en el centro del mundo digital. Muchos negocios dan sus primeros pasos en el mundo digital a través de una red social y buscan mantenerse al día con los canales más utilizados por los consumidores.

Han transformado la forma en la que los negocios y marcas promueven sus productos, hacen crecer sus audiencias y generan conexiones a medio y largo plazo con consumidores que por medios tradicionales sería prácticamente imposible llegar a ellos.

3.1. Introducción a las redes sociales:

- 3.1.1. ¿Qué son las redes sociales?
- 3.1.2. Beneficios de las redes sociales.
- 3.1.3. Evolución de las redes sociales.
- 3.1.4. Evolución de la comunicación social.

3.2. Panorama mundial y fundamentos de las redes sociales:

- 3.2.1. Cifras y estadísticas que rigen el mundo de las redes sociales.
- 3.2.2. Características de las redes sociales.
- 3.2.3. Empresa social.
- 3.2.4. Auditoría de redes sociales.
- 3.2.5. Clasificación de las redes sociales.
- 3.2.6. Seleccionando las redes sociales ideales para mi negocio.

Comunicación Digital y Estrategia en Redes Sociales para la empresa

3.3. Recorrido por las principales redes sociales:

3.3.1. Facebook:

3.3.1.1. ¿Cómo crear una página de Facebook?

3.3.1.2. ¿Cómo usar de manera efectiva las páginas de Facebook?

3.3.2. Instagram:

3.3.2.1. ¿Cómo crear una cuenta comercial o empresarial de Instagram?

3.3.2.2. ¿Cómo usar de manera efectiva el perfil de Instagram?

3.3.3. LinkedIn:

3.3.3.1. ¿Cómo crear una página empresarial en LinkedIn?

3.3.3.2. ¿Cómo usar de manera efectiva la página de LinkedIn?

3.3.4. Twitter:

3.3.4.1. ¿Cómo crear un perfil en Twitter?

3.3.4.2. ¿Cómo usar de manera efectiva el perfil de Twitter?

3.3.5. YouTube:

3.3.5.1. ¿Cómo crear un perfil o cuenta en YouTube?

3.3.5.2. ¿Cómo crear un canal en YouTube?

3.3.5.3. ¿Cómo usar de manera efectiva el canal de YouTube?

3.3.5.4. Algunos productos o funcionalidades relevantes de YouTube (YouTube 2022).

3.3.5.5. Algunas estrategias de video para implementar en YouTube.

3.3.6. WhatsApp:

3.3.6.1. ¿Qué soluciones ofrece WhatsApp para negocios (WhatsApp 2022)?

3.3.6.2. ¿Cómo usar de manera efectiva la cuenta de WhatsApp?

3.3.6.3. Algunas ventajas de utilizar WhatsApp como herramienta de comunicación para negocios, marcas o empresas.

3.3.7. Otras redes sociales:

3.3.7.1. TikTok.

3.3.7.2. Perfil de negocio en Google.

3.4. Protocolos y guía de gestión de redes sociales:

3.4.1. Protocolo de comunicación.

3.4.2. Protocolo de gestión.

3.4.3. Protocolo de crisis.

3.4.4. Etapa de ejecución.

MÓDULO 4. Consumidor digital

6 horas

4.1. Conociendo al consumidor digital.

4.2. Buyer personas:

4.2.1. ¿Cómo crear los perfiles de buyer personas?

4.2.2. Aplicación de los buyer personas en el proceso de ventas del negocio.

Comunicación Digital y Estrategia en Redes Sociales para la empresa

4.3. Segmentación digital:

4.3.1. ¿Cómo crear segmentadores para conectar con las personas correctas?

MÓDULO 5. Marketing de contenidos

8 horas

El marketing de contenidos es la estrategia de marketing que se centra en crear, publicar y distribuir contenido relevante para la audiencia objetivo con el propósito de atraer clientes nuevos de una manera no invasiva. Desarrollar una estrategia de marketing de contenidos representa una gran oportunidad para las empresas que entienden la importancia de generar una relación más cercana con sus consumidores y clientes y que, en consecuencia, les proporcione más ventas y fidelización.

5.1. Fundamentos del marketing de contenidos:

5.1.1. Metodología Inbound.

5.1.2. Tipos de contenidos:

5.1.2.1. Tipos o formatos de contenidos.

5.1.2.2. Fuentes de inspiración para crear contenido.

5.1.2.3. Calendario de contenidos y calendario editorial.

5.2. Creación de historias:

5.2.1. Estructura del Storytelling.

5.2.2. Tipos de Storytelling.

5.2.3. Formatos.

5.2.4. El contenido se centra en vídeo:

5.2.4.1. ¿Cómo planificar y desarrollar un contenido de vídeo?

5.2.4.2. Estrategias e ideas para crear contenido de vídeo.

MÓDULO 6. Estrategia SEM y SEO

14 horas

6.1. Comercialización del contenido:

6.1.1. Análisis de palabras clave.

6.2. Publicidad digital:

6.2.1. ¿Cómo funciona Google Ads?

6.2.1.1. Anuncios de búsqueda.

6.2.1.2. Anuncios de display – Red Display de Google.

6.2.2. Anuncios en Meta: Facebook e Instagram

6.2.2.1. Paso a paso de los anuncios de Facebook.

6.2.2.2. Paso a paso de los anuncios de Instagram.

Comunicación Digital y Estrategia en Redes Sociales para la empresa

- 6.2.3. Anuncios para empresas en LinkedIn:
- 6.2.3.1. Paso a paso de los anuncios en LinkedIn.
- 6.2.4. Plan de medios digital.

6.3. Posicionamiento en buscadores - SEO:

- 6.3.1. Implementando la estrategia de posicionamiento:
- 6.3.1.1. El proceso o metodología del SEO.
- 6.3.1.2. Importancia de Google para el posicionamiento.
- 6.3.1.3. SEO adaptativo o Adaptive SEO.

MÓDULO 7. Mundo de las métricas y analíticas

6 horas

Una de las principales ventajas del mundo digital es que todo se puede medir. Cada plataforma, cada acción o táctica refleja un impacto que puede analizarse y fortalecer el proceso de toma de decisiones.

7.1. El mundo de las métricas.

7.2. Analítica web:

- 7.2.1. Google Analytics.

7.3. Analítica en redes sociales:

- 7.3.1. ¿Qué medir en Facebook?
- 7.3.2. ¿Qué medir en Instagram?
- 7.3.3. ¿Qué medir en Twitter?
- 7.3.4. ¿Qué medir en LinkedIn?

MÓDULO 8. Plan de Marketing Digital

6 horas

Documento en el que se resume toda la visión del negocio en el mundo digital y donde se definen los pasos que se deben dar en torno a cada uno de los pilares del marketing digital que se desarrollarán para el negocio, marca o producto.

8.1. Análisis competitivo:

- 8.1.1. ¿Qué aspectos medir por canal (Jasniewski, 2015)?
- 8.1.2. Herramientas disponibles para realizar el análisis competitivo digital.

8.2. Plan de Marketing Digital:

- 8.2.1. Creando el Plan de Marketing Digital paso a paso:
- 8.2.1.1. Análisis de la situación actual.

Comunicación Digital y Estrategia en Redes Sociales para la empresa

8.2.1.2. Definición del público objetivo.

8.2.1.3. Definición de objetivos.

8.2.1.4. Estrategias y tácticas.

8.2.1.5. Presupuesto.

Comunicación Digital y Estrategia en Redes Sociales para la empresa

Autor



M. de los Ángeles Then

Profesional especializada en Marketing Digital con experiencia en lograr que marcas, empresas y personas conozcan y utilicen efectivamente el panorama digital para obtener resultados favorables acorde a sus metas de desarrollo y negocio.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

