



Curso ON-LINE

FACEBOOK PARA EMPRESAS Y EMPREENDEDORES

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.

ÍNDICE

1. SOCIAL MEDIA MARKETING

- 1.1. Introducción.
- 1.2. Social media marketing.
- 1.3. Social media engagement.
- 1.4. Social CRM.
- 1.5. El community manager.
- 1.6. ¿Por qué elegir Facebook?
- 1.7. Caso de éxito: Obermuttern.
Resumen.

2. FACEBOOK MARKETING

- 2.1. Introducción.
- 2.2. eBranding.
- 2.3. Facebook marketing.
- 2.4. ¿Perfil, grupo o página?
- 2.5. Caso de éxito: hotel Entremares.
Resumen.

3. LAS PÁGINAS

- 3.1. Introducción.

- 3.2. Crear una página paso a paso.
 - 3.3. Interfaz de Facebook.
 - 3.4. Caso de éxito: Oreo.
- Resumen.

4. APLICACIONES

- 4.1. Introducción.
 - 4.2. Aplicaciones.
 - 4.3. Aplicaciones propias: eventos y notas.
 - 4.4. Aplicaciones profesionales.
 - 4.5. Caso de éxito: Red Bull.
- Resumen.

5. LOS GRUPOS

- 5.1. Introducción.
 - 5.2. El grupo y su creación.
 - 5.3. Los grupos como herramienta de comunicación interna.
 - 5.4. Caso de éxito: Imagina... Crea.
- Resumen.

6. INTEGRACIÓN CON OTRAS HERRAMIENTAS

- 6.1. Introducción.
 - 6.2. Twitter.
 - 6.3. Wordpress.
 - 6.4. SlideShare.
 - 6.5. Marcadores sociales.
 - 6.6. Pinterest.
 - 6.7. Instagram.
 - 6.8. YouTube.
 - 6.9. Foursquare.
 - 6.10. Google Glass.
 - 6.11. Caso de éxito: Real Madrid F.C.
- Resumen.

7. MARKETING PARA FANS

- 7.1. Introducción.
 - 7.2. Inbound marketing.
 - 7.3. EdgeRank.
 - 7.4. Marketing para fans.
 - 7.5. Optimizar la interacción.
 - 7.6. Convertir usuarios en compradores.
 - 7.7. Rentabilizar.
 - 7.8. Caso de éxito: Hawkers.
- Resumen.

8. PLATAFORMA PUBLICITARIA

- 8.1. Introducción.
 - 8.2. Publicidad en Facebook.
 - 8.3. Caso de éxito: Privalia.
- Resumen.

9. MÉTRICAS Y MONITORIZACIÓN

- 9.1. Introducción.
 - 9.2. Key Performance Indicators.
 - 9.3. Facebook Insights.
 - 9.4. Monitorización: del ROI al IOR.
 - 9.5. Caso de éxito: Coca-Cola.
- Resumen.