

## Marketing en Redes Sociales y Herramientas 2.0 en la Gestión Comercial

**Objetivos:** Iniciación al uso de las redes sociales como herramientas de promoción comercial- empresarial y gestión de la reputación online. Aprender a usar los soportes online sociales para vender su producto, darlo a conocer o mejorar la imagen de su marca.

**Contenidos:** Los conceptos teóricos son ilustrados con ejemplos multimedia, ejercicios prácticos reales y estudio de casos de éxito.

### 1. Breve historia de las redes sociales ¿Qué diferencia hay entre 1.0 y 2.0?

- Web 1.0
- Web 2.0
- Web 3.0 o Web Semántica

### 2. Tipologías de los medios sociales:

- Agregadores de blogs
- Foros en línea
- Microblogging
- Redes sociales
- Eventos
- Medios colaborativos
- Wikis
- Redes Multimedia
- Redes de entretenimiento

### 3. ¿Qué es un Community Manager?

### 4. Marketing viral, Buzz Marketing y el WOM

- Ventajas del Marketing online para las PYMES
- Tipos de relaciones comerciales online

### 5. Facebook

- Razones para usar una página de facebook en tu empresa
- Mi empresa en Facebook, generando comunidad.
- Facebook y el comercio electrónico.

### 6. Twitter

- Lenguaje y estrategias en Twitter
- Acciones para ser un referente en Twitter

### 7. Google Places y geoposición, las nuevas “Páginas amarillas”

### 8. Aplicaciones para la gestión de redes sociales: HootSuite

### 9. Plan de Medios en redes sociales

- Definición de objetivos
- Establecimiento de una estrategia
- Acciones sociales
- Medición de resultados IOR vs ROI

### 10. Modelos diferenciales de publicidad

- Hyper-Targeted Advertising
- Social Shopping
- Social Search

### 11. Marketing en redes sociales: cómo funciona

- Agencias de medios
- Atributos de una buena campaña
- ¿Son eficaces las campañas en redes sociales?
- Publicidad en Facebook: Facebook Ads

### 12. Licencias de publicación de contenidos

### Fechas de realización del curso

18, 19, 20, 21 y 22 de febrero de 2013 de 9h a 14h00. (Aula formación Dpto. Autoempleo)