

Área comercialización

Community Manager

Objetivo General:

Que el/la participante incorpore herramientas prácticas que le permitan desarrollar y gestionar su comunidad online y pueda diseñar un plan de marketing digital especialmente desarrollado para su PYME.

Objetivos Específicos:

Al finalizar el curso el/la participante podrá:

- Conocer las principales herramientas digitales utilizadas en la comunicación online.
- Capacitarse en el desarrollo e implementación de estrategias de marketing digital.
- Utilizar, en base a las necesidades de cada empresa, las herramientas más adecuadas.
- Ejecutar de forma eficiente la estrategia diseñada.
- Manejar de forma adecuada las herramientas de redes sociales.
- Conocer las tendencias que afectan las comunicaciones online.
- Conocer las herramientas para poder posicionar en los primeros lugares de los buscadores de internet.
- Llevar a cabo la comercialización online.

Dirigido a:

Personas que deseen incorporar a su empresa estas herramientas, obteniendo resultados inmediatos y medibles. Pequeños empresarios que deseen aplicar las herramientas digitales más adecuadas para su empresa.

Duración: 45 horas.

Metodología:

Este curso está pensado para ser realizado en modalidad presencial, cumpliendo un total de 45 horas de aula, donde además del marco teórico correspondiente se realizarán las prácticas necesarias para poder llevar a cabo lo planificado.

Temario:

Objetivos y uso de internet

- Los objetivos empresariales y el uso de Internet como herramienta de inteligencia comercial.
- Reseña histórica.
- Productos y tendencias.
- La competencia.
- Mercados internacionales.
- Precio.
- Posicionamiento y usabilidad
- Posicionamiento.
- Importancia de los buscadores.
- Page Rank.

- Acciones que perjudican el posicionamiento.
 - Acciones que mejoran el posicionamiento.
 - Usabilidad.
 - Contenido y estrategia online.
 - Generación de contenidos.
 - Credibilidad de la web.
 - Presencia en internet.
 - Contenidos de los blogs.
 - Catálogos.
 - Importancia de la comunicación.
 - Correo electrónico.
 - Boletines.
 - Promoción en internet.
 - Anuncios.
 - Marketing viral.
 - Adecuación de una campaña de marketing viral.
 - Redes Sociales.
 - Importancia de las redes sociales.
- ▶ **Facebook:**
- Diferencias entre los perfiles y las páginas.
 - Promoción.
 - Realización de ventas dentro de Facebook.
- ▶ **Twitter:**
- Estrategia de relación con el cliente.
 - Estrategia de manejo de reputación de la empresa.
 - Estrategia de manejo de crisis.
 - Estrategia de difusión de eventos.
 - Promoción.
- ▶ **LinkedIn:**
- Compras sociales.
 - Venta por Internet.
 - La compra en internet.
 - Marketplaces.
 - Tienda online.
 - Nuevos medios de pago.
 -
- ▶ **Whatsapp:**
- Whatsapp y el marketing.
 - Cuándo usar Whatsapp.
 - Cómo realizar campañas.
 - Formatos efectivos.

- ▶ Taller práctico de implementación de las herramientas elegidas cada las empresas.
- ▶ **Redes Sociales:**
 - Cómo utilizar redes sociales para las PYME.
 - Creación y diseño de Facebook empresarial.
 - Condiciones legales para utilizar redes sociales.
 - Publicidad en Facebook.
 - Qué son y para qué sirven las páginas en Facebook.

Creación de Blogs:

- Qué es un blog.
- Conceptos básicos.
- Estructura y diseño.
- Cómo se publica un blog.
- Ventajas y limitaciones de un blog.
- Creación de un blog empresarial.

Boletines electrónicos:

- Para qué sirve un BE.
- Diseños más efectivos.
- Herramientas de diseño y envío.
- Cómo generar acción y ventas.
- Creación de un BE.

Recomendaciones:

Tener conocimientos informáticos (nivel usuario).
Contar con computadora portátil.

[Ver todos los cursos](#)