

APP Facebook para empresas (60 Horas)

AF: 63015

OBJETIVO

"A través de esta acción formativa, el alumno conocerá qué es Facebook y porqué elegirla frente a otras RSS , los conceptos necesarios para saber cómo definir y crear audiencia en Facebook, y cómo enganchar a nuestros seguidores, al igual que conoceremos las técnicas y estrategias de marketing y cómo optimizar tu página para orientarla a obtener los mejores resultados.

Objetivos específicos

Introducir al alumno en Marketing Digital y Social Media.

Conocer las diferencias entre páginas, grupos y perfiles de Facebook.

Crear su propia página de Facebook.

Conocer distintas herramientas y estrategias que podemos utilizar para aumentar nuestra audiencia.

"

INDICE

UNIDAD 1: INTRODUCCIÓN. CONCEPTOS Y LA IMPORTANCIA DE FACEBOOK PARA LAS EMPRESAS PROFESIONALES

1.1 INTRODUCCIÓN

1.2 VOCABULARIO

1.3 QUÉ PODEMOS CONSEGUIR CON FACEBOOK Y VENTAJAS EN COMPARACIÓN CON OTRAS RSS

1.4 RESUMEN

UNIDAD 2: PERFILES Y PÁGINAS

2.1 INTRODUCCIÓN

2.2 CREACIÓN Y CONFIGURACIÓN DE UN PERFIL

2.3 CREACIÓN Y CONFIGURACIÓN DE UN PERFIL

2.4 CÓMO CAMBIAR DE UN PERFIL A UNA PÁGINA

2.5 PUBLICAR UNA PÁGINA

2.6 ADMINISTRACIÓN Y CONFIGURACIÓN DE TU PÁGINA

2.6.1. CONFIGURACIÓN DE LA PÁGINA Y HERRAMIENTAS DE ADMINISTRADOR

2.7 RESUMEN

UNIDAD 3: PUBLICACIONES Y AUDIENCIA

3.1 INTRODUCCIÓN

3.2 CÓMO PROGRAMAR PUBLICACIONES

3.3 CÓMO DESTACAR PUBLICACIONES

3.4 CÓMO DEFINIR Y CREAR TU AUDIENCIA

3.5 COMO ENGANCHAR A TU AUDIENCIA

3.6 RESUMEN

UNIDAD 4: TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS

4.1 INTRODUCCIÓN

4.2 CÓMO OPTIMIZAR TU PÁGINA ORIENTADA A RESULTADOS: CONVERTIR FANS EN CLIENTES (ANUNCIAR)

4.2.1. BUSCANDO NUESTRO CLIENTE OBJETIVO

4.2.2. CREANDO LA PÁGINA PERFECTA

4.2.2.1. MARKETING DIRECTO VS MARKETING DE ATRACCIÓN

4.2.2.2. CONTENIDO DE UNA ENTRADA

4.3. RESUMEN

UNIDAD 5: HERRAMIENTAS PARA TENER ÉXITO EN FACEBOOK

5.1 INTRODUCCIÓN

5.2 BLUEPRINT: PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA ANUNCIANTES

5.2.1. ¿PARA QUÉ SIRVE BLUEPRINT?

5.2.2. PASOS A SEGUIR

5.3 SECCIÓN DE EDUCACIÓN PARA PEQUEÑAS EMPRESAS Y NUEVOS ANUNCIANTES

5.4. PÁGINAS DE FACEBOOK

5.5. EL ADMINISTRADOR COMERCIAL

5.6 EL POWER EDITOR

5.7 ESTADÍSTICAS

5.8 RESUMEN

UNIDAD 6: FACEBOOK COMO PARTE DE LAS ACCIONES DEL COMMUNITY MANAGER

6.1 INTRODUCCIÓN

6.2 IMPORTACIÓN DE FUENTES: RSS

6.3 PUBLICACIÓN AUTOMÁTICA DE OTRAS FUENTES RSS

6.4 FACEBOOK Y TWITTER. SINCRONIZACIÓN Y AUTOMATIZACIÓN

6.5 RESUMEN