



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Curso en Social Media Marketing

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Curso en Social Media Marketing

duración total: 200 horas

horas teleformación: 100 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Con el auge de las redes sociales surge el término social media marketing. Consiste en tratar de llegar a los potenciales clientes realizando estrategias de marketing y publicidad a través de las redes sociales, ya sean Twitter, Facebook o a través de Blogs y generar tráfico web. Con el presente Curso en Social Media Marketing aprenderá a realizar esas funciones.



a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Conocer como crear contenidos sociales.
- Conocer lo que es el posicionamiento en los buscadores.
- Conocer la figura del community manager.
- Aprender a gestionar la reputación online.

para qué te prepara

El presente Curso en Social Media Marketing le proporcionará los conocimientos necesarios para realizar funciones de marketing haciendo uso de las redes sociales.

salidas laborales

Community Manager / Relaciones Públicas / Marketing Online

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello



NOMBRE DEL ALUMNO/A

forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Social Media Marketing y Gestión de la Reputación Online'



profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS REDES SOCIALES EN LA EMPRESA

- 1.Redes Sociales: Facebook, LinkedIn, Xing, Twitter.
- 2.Beneficios.
- 3.Como integrar las redes sociales en la estrategia corporativa.
- 4.Canales adecuados.
- 5.Medir el impacto.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA CREACIÓN DE CONTENIDOS SOCIALES

- 1.Páginas web 2.0.
- 2.Los Blogs.
- 3.Integración de plataforma en la web. Vídeo y fotografía.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING ON-LINE

- 1.Introducción.
- 2.Social Media Marketing.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SMO.

- 1.Herramientas básicas.
- 2.Herramientas de gestión.
- 3.Herramientas de multiposting.
- 4.Herramientas de gestión integral.
- 5.Herramientas de monitorización integral.
- 6.Nuevo consumidor.
- 7.Detectar tendencias.
- 8.Publicidad en los medios sociales.
- 9.Cómo medir acciones on-line.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES .

- 1.¿Qué es?
- 2.Cómo funciona un buscador.
- 3.Factores "On the page".
- 4.Factores "Off the page".

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE CONTENIDOS EN COMUNIDADES VIRTUALES.

- 1.Introducción.
- 2.Importancia de los contenidos.
- 3.Tipos de comunidades.
- 4.Tipos de contenidos.
- 5.Gestión de contenidos en la red.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL COMUNITY MANAGER.

- 1.El responsable de la comunidad virtual.
- 2.Funciones.
- 3.Creación, gestión, moderación y dinamización de una comunidad.
- 4.Contenidos comerciales y comunidades comerciales.
- 5.Las 3 leyes de las comunidades virtuales.
- 6.La confianza.
- 7.Aspectos legales y propiedad intelectual.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. REPUTATION MANAGEMENT: GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN ON-LINE CONTENIDOS TEÓRICOS:

- 1.Introducción.
- 2.¿Qué es el ORM?
- 3.Plan de reputación on-line.
- 4.Análisis.
- 5.Diagnóstico.

6. Plan y gestión de activos.
7. Monitorización.
8. Desarrollo e implementación del plan.
9. Plan de comunicación.
10. El mapa de públicos/GDI.
11. Construcción de contenidos en función de los grupos de interés.
12. Táctica de activos. Análisis de la estrategia de portavocía on-line.
13. Amenazas en la estrategia de ORM.