

Organiza:



Cofinancian:



PLAN FORMATIVO MODALIDAD I

Modalidad Acción: TELEFORMACIÓN
Nº de la Acción: FPTO/2018/926/029
Familia Profesional: COM / COMERCIO Y MARKETING
Tipo Especialidad: NUEVA ESPECIALIDAD

GC7-5 @A98-5 `A5B5 ; 9A9BH

Objetivo general del curso:

DISEÑAR UN PLAN DE SOCIAL MEDIA CON UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN MULTICANAL, INTEGRANDO LAS REDES SOCIALES EN LA ORGANIZACIÓN, GESTIÓN DEL CLIENTE E IMAGEN DE MARCA DE LA EMPRESA Y PROFUNDIZANDO EN EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS VIRALES Y GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN ONLINE.

Desglose de horas de la acción formativa:

TELEFORMACIÓN	
Total	50
Horas Teleformación	50

Contenidos:

MÓDULOS FORMATIVOS

- LA EMPRESA EN EL ÁMBITO DIGITAL
- PLAN DE MARKETING EN SOCIAL MEDIA

TOTAL HORAS ESPECIALIDAD:

50

Descripción de los Módulos Formativos

Módulo: LA EMPRESA EN EL ÁMBITO DIGITAL
Horas: 15
Orden: 1

Competencias Profesionales a adquirir:

COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:

- CONOCER Y DOMINAR EL USO DE LAS HERRAMIENTAS DE SOCIAL MEDIA.
- ANALIZAR LA IMPORTANCIA DEL USO DE LAS REDES SOCIALES PARA LA EMPRESA
- CONOCER EL FENÓMENO DE LA WEB SOCIAL Y LA NECESIDAD DE LAS EMPRESAS DE ADAPTARSE A ESTE NUEVO PARADIGMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PARTICIPATIVA.

COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:

Organiza:



Cofinancian:



- DISEÑAR UN PLAN DE MARKETING DIGITAL
- ELABORAR ESTRATEGIAS SEO
- APLICAR LOS RECURSOS ONLINE DISPONIBLES PARA PONER EN MARCHA UNA ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL
- CLASIFICAR LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA EMPRESA 4.0

Contenidos Específicos:

CONTENIDOS TEÓRICOS:

- LA EMPRESA 4.0
INTRODUCCIÓN
VENTAJAS DE LA EMPRESA 4.0
- INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL
PLAN DE MARKETING
RECURSOS ONLINE
SEO
SEM
DISPLAY
ANALÍTICA

CONTENIDOS PRÁCTICOS:

- ANALIZAR LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA PONER EN MARCHA UNA ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL
- ANALIZAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL SEO Y SEM
- ANALIZAR LAS DIFERENCIAS ENTRE SEO Y SEM

Planificación de la Evaluación. Relacionar capacidades-instrumentos-momentos.

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
APLICAR LOS RECURSOS ONLINE DISPONIBLES PARA PONER EN MARCHA UNA ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. -TEST DE EVALUACIÓN. 	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. -TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.
DISEÑAR UN PLAN DE MARKETING DIGITAL	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. -TEST DE EVALUACIÓN. 	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. -TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.
ELABORAR ESTRATEGIAS SEO	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. -TEST DE EVALUACIÓN. 	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. -TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.
CLASIFICAR LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA EMPRESA 4.0	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. -TEST DE EVALUACIÓN. 	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. -TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.

Módulo: PLAN DE MARKETING EN SOCIAL MEDIA

Horas: 35

Orden: 2

Competencias Profesionales a adquirir:

COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:

- ENTENDER LA IMPORTANCIA DE LA IMPLANTACIÓN DEL MARKETING DIGITAL EN LA EMPRESA
- DOMINAR LAS ESTRATEGIAS IMPRESCINDIBLES PARA EL DESARROLLO DE CLIENTES
- CONOCER LAS VENTAS Y EL MARKETING COMO FUERZA IMPULSORA DE LA CREACIÓN DE VALOR DE LAS COMPANIAS.

Organiza:



Cofinancian:



- OBTENER UNA CLARA VISIÓN DE LAS OPORTUNIDADES Y RIESGOS QUE SUPONEN LAS NUEVAS TENDENCIAS DEL MARKETING, SOBRE TODO LAS RELACIONADAS CON INTERNET.

COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:

- CLASIFICAR LAS REDES SOCIALES SEGÚN LOS PARÁMETROS ADECUADOS
- ELABORAR UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIO BASADA EN LAS HERRAMIENTAS DIGITALES DISPONIBLES
- APLICAR LAS HERRAMIENTAS QUE ESTÁN A DISPOSICIÓN DEL COMMUNITY MANAGER PARA REALIZAR LAS LABORAS PROPIAS DEL PERFIL
- DISEÑAR UN PLAN DE SOCIAL MEDIA
- DISEÑAR ESTRATEGIAS DE ANÁLISIS DE RESULTADOS

Contenidos Específicos:

CONTENIDOS TEÓRICOS:

- LAS REDES SOCIALES
DEFINICIÓN
PRECEDENTES
TIPOS DE REDES SOCIALES
FACEBOOK
TWITTER
INSTAGRAM
TWITTER
INSTAGRAM
LINKEDIN
YOUTUBE
OTRAS REDES SOCIALES
BLOG
- APLICACIÓN A NEGOCIO
OPORTUNIDADES DE NEGOCIO
LA MEJOR OPCIÓN
- PLAN DEL SOCIAL MEDIA
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN
OBJETIVOS
TARGET
PLATAFORMAS
PLAN DE CONTENIDOS
CRONOGRAMA
RECURSOS
PROTOCOLO DE ACTUACIÓN
SEGUIMIENTO
- EL COMMUNITY MANAGER
¿QUÉ ES UN COMMUNITY MANAGER?
TAREAS, HABILIDADES Y METAS.
FUNCIONES DEL COMMUNITY MANAGER.
- HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE REDES SOCIALES
PROGRAMACIÓN DE PUBLICACIONES.
GESTIÓN DE VARIAS CUENTAS.
OTROS RECURSOS ÚTILES.
- ANÁLISIS DE RESULTADOS
CALCULAR IOR
MÉTRICAS
INFORMES
HERRAMIENTAS

CONTENIDOS PRÁCTICOS:

- GESTIONAR LA PRESENCIA DE UNA EMPRESA EN LOS MEDIOS SOCIALES Y RENTABILIZAR TODAS Y CADA UNA DE SUS ACCIONES ONLINE.
- ELABORAR UNA PROGRAMACIÓN CON LAS FASES DE LA PUESTA EN MARCHA DE UN PLAN DE SOCIAL MEDIA
- CLASIFICAR LAS TAREAS PROPIAS DEL COMMUNITY MANAGER

Planificación de la Evaluación. Relacionar capacidades-instrumentos-momentos.

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
APLICAR LAS HERRAMIENTAS QUE ESTÁN A DISPOSICIÓN DEL COMMUNITY MANAGER PARA REALIZAR LAS LABORAS PROPIAS DEL PERFIL	- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. -INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. -TEST DE EVALUACIÓN.	- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. -TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.
CLASIFICAR LAS REDES SOCIALES SEGUN LOS PARÁMETROS ADECUADOS	- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. -INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR	- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL

Organiza:



Cofinancian:



	UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. -TEST DE EVALUACIÓN.	DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. -TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.
DISEÑAR ESTRATEGIAS DE ANÁLISIS DE RESULTADOS	- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. -INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. -TEST DE EVALUACIÓN.	- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. -TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.
DISEÑAR UN PLAN DE SOCIAL MEDIA	- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. -INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. -TEST DE EVALUACIÓN.	- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. -TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.
ELABORAR UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIO BASADA EN LAS HERRAMIENTAS DIGITALES DISPONIBLES	- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. -INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO. -TEST DE EVALUACIÓN.	- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. -TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO.

2. FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

- FORMACIONES COMPLEMENTARIAS ASOCIADAS

Denominación	Tipo Especialidad	Modalidad	Horas
Esta acción formativa no tiene formaciones complementarias asociadas			

- FORMACIONES COMPLEMENTARIAS NUEVAS

Denominación	Modalidad	Horas
Esta acción formativa no tiene formaciones complementarias nuevas		

3. PARTICIPANTES POR GRUPO DE LA ACCIÓN FORMATIVA

NIVEL DE CUALIFICACIÓN DE LOS ALUMNOS EXIGIDA EN LA FORMACIÓN A IMPARTIR

Nivel de acceso del alumno:
Nivel 1

Nivel profesional o técnico:
Experiencia Profesional: No se requiere experiencia profesional en la materia
Conocimientos: No se requiere conocimientos previos en la materia