

Programa

Codi acció: FS2022-0808
Acció formativa/grup: 211/2
Especialitat: Promoció i negoci a través de les xarxes socials

Data inici:
Data final:
Durada: 40 hores
Modalitat: Presencial

Continguts: 1312

1. Branding: Imatge de marca VS imatge personal

- 1.1. La identitat visual corporativa:
- 1.2. definició, característiques i tipologies
- 1.3. Elements bàsics de la marca

2. El màrqueting digital

- 2.1. El Pla de Màrqueting Digital
- 2.2. Definició d'objectius. SMART Goals
- 2.3. Fases: Acquisition, Engagement, Conversion i Fidelity
- 2.4. Tècniques de Màrqueting Digital
 - 2.4.1. SEO i SEM
 - 2.4.2. Mail Màrqueting
 - 2.4.3. Analítica Web
 - 2.4.4. Xarxes Socials

3. Foment de les relacions empresarials a través de les xarxes socials

- 3.1. Importància de la connexió amb els clients, usuaris a través de les xarxes en:
 - 3.1.1. La visualització de l'empresa
 - 3.1.2. La generació d'oportunitats de negoci
 - 3.1.3. El foment de la participació de l'empresari
 - 3.1.4. L'augment de la competitivitat empresarial
- 3.2. Determinació de l'estratègia/es en les relacions empresarials a través de les xarxes socials:
 - 3.2.1. Servei de missatgeria instantània
 - 3.2.2. Telefonia per Internet
 - 3.2.3. Xarxes socials: digitals i professionals
 - 3.2.4. Weblogs, blogs o bitàcoles
 - 3.2.5. Xarxes socials per a empreses
 - 3.2.6. Comunitats de marca