

Catàleg d'accions formatives

2019 Programes de Formació Sectorial

SUBAPARTAT

Comerç

FAMILIA PROFESSIONAL

Comerç i màrqueting

AREA PROFESSIONAL

Màrqueting i Relacions públiques

GRUPAF	GRUP AMPLIAT	HORES	CODI FAMILIA	CODI ARE	IDENTIFICADOR
COMM130	2018	40	COM	COMM	FC01_COMM130_2018

NOM DE L'ACCIÓ

Promoció i negoci a través de les xarxes socials

OBJECTIUS

Objectius generals:

-Identificar les principals eines de gestió de xarxes socials en les empreses.

Objectius específics:

- Identificar les principals xarxes socials en les empreses.
- Identificar els diferents tipus de relacions professionals que es poden desenvolupar a través d'internet.
- Reconèixer la importància de crear una marca personal que possibiliti i fomenti les relacions socials entre empreses.
- Identificar els diferents mecanismes de màrqueting que es poden utilitzar per potenciar les relacions comercials.
- Compendre les transformacions generades per les noves tecnologies en l'àmbit empresarial.
- Conèixer les eines web 2.0 que permeten realitzar una campanya de màrqueting on-line i adaptar-les al nostre model de negoci.

CONTINGUTS

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. Anàlisi 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. Telefonía 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.

3.2.5. Comunitats de marca