Competencias Digitales

	Fecha: 2 al 18 de Mayo
Duración	65h.

Objetivos

- Acercarse al plan de empresa.
- Conocer herramientas fundamentales para este cometido: hojas de cálculo, programas de presentación, editor de gráficos, etc.
- Descubrir el uso de las redes sociales como herramienta de marketing.
- Aprender cómo desarrollar un producto.

Contenidos

1. El plan de negocio.

- Esquema básico de la redacción de un plan de negocio.

- Presentación corporativa

2. Herramientas digitales útiles para emprender.

- Administración electrónica.

- Banca electrónica. Conceptos clave.

- Diagrama de Gantt (Sistema de gestión de proyectos).

- Cuadro de mandos CRM (Customer Relationship Management).

- Herramientas de Google Drive.

- Competencias digitales aplicadas al community management.

3. Desarrollo de producto.

- Derecho de propiedad intelectual. (LPI).

- Creatives Commons.

- Cómo difundir tu catálogo de servicios.

- Presentación de propuestas comerciales.

- Presentación de presupuestos.

4. Nociones básicas de marketing digital.

- Marketing y comunicación en la empresa.

- Comunicación digital.

- Comunicación social media.

5. Introducción al diseño web.

- La web desde la estrategia de marketing.

- La web desde el punto de vista del marketing de contenidos.

- Arquitectura web.

- E-commerce o comercio electrónico.

- Blog. La parte dinámica de la web.

- Landing page.

- Posicionamiento web.

- Claves para la externalización del diseño de mi web.

Metodología

Se aplicará una metodología eminentemente práctica.

Requisitos

- Aula equipada con un equipo informático por alumno.
- Conexión a internet (recomendable).

Gestión de Redes Sociales (Community Manager)

	Fecha: 21 al 28 de Mayo
Duración	30h.

Objetivos

Al término del curso los alumnos tendrán los conocimientos necesarios para realizar el análisis, planificación, ejecución y evaluación social media necesaria para desarrollar un Plan Social Media. Adquirirán los conocimientos necesarios para realizar el mantenimiento de redes sociales de proyectos individuales y pymes.

Contenidos

1. Introducción

- Por qué las empresas necesitan gestionar la comunicación social media

- En qué consiste el trabajo de Community Manager (CM)

- Qué es el Plan Social Media

2. Investigación o análisis. Punto de partida.

- La empresa

- El entorno

- La competencia

- Público objetivo

- Objetivos social media

- Herramientas de análisis

3. Planificación

- Estrategia

- Selección de redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, existen otras redes sociales verticales)

- Plan de acciones

- Plan de contenidos

- Calendario de contenidos

- Estilo y tono de la comunicación

- Herramientas de planificación

4. Ejecución.

- Redacción

- Diseño

- Formatos

- Habilidades de CM

- Automatización de contenidos

- Herramientas de ejecución

5. Evaluación

- Estadísticas de redes sociales. Obtención e interpretación.

- Monitorización de redes sociales. Cuadro de mandos

- Seguimiento de trabajo realizado

- Informe social media

- Herramientas de análisis

6. Publicidad en redes sociales

- Conceptos y recomendaciones

7. Tendencias social media 2018

Metodología

Se aplicará una metodología eminentemente práctica.

Requisitos

- Aula equipada con un equipo informático por alumno.
- Conexión a internet (recomendable).
- Tener un Smartphone para realizar búsquedas.