

EL MARKETING DIGITAL Y SU APLICACIÓN PRÁCTICA PARA EMPRESAS DE FORMACIÓN.



Área: Sin clasificar
Modalidad: Presencial
Duración: 5 h
Precio: Consultar

[Curso Bonificable](#)
[Contactar](#)
[Recomendar](#)
[Matricularme](#)

OBJETIVOS

Ser capaz de tener una visión clara sobre las Redes Sociales, sus aplicaciones, posibilidades y manejo para su aprovechamiento empresarial. Definir e implementar una estrategia adecuada para nuestros objetivos en medios sociales conociendo las herramientas, técnicas y métricas Desarrollar un plan específico para cada Red Social, principalmente Facebook, Instagram y LinkedIn. Aplicar las estrategias acorde con los objetivos de la empresa: ejecutarla, mantenerla y medir sus resultados.

CONTENIDOS

TEMA 1 Introducción: Por qué debemos estar en RRSS. El nuevo consumidor TEMA 2: Herramientas de Marketing Digital: presentación y uso. Las adecuadas para Academia Futuro. TEMA3: Storytelling y marca. Análisis de la situación actual. Por qué debemos tener un blog. TEMA 4: Creación del PLAN DEMARKETING DIGITAL (PMD).Conectar para vender.

METODOLOGIA

Principios metodológicos de la acción formativa

- Conocer y partir del perfil de entrada de los asistentes en cuanto a nivel de conocimiento y desarrollo profesional.
- Procurar que el objeto de aprendizaje sea coherente, claro y lógico y aparezca ante los asistentes adecuadamente presentado.
- Motivar a los asistentes para lograr un esfuerzo continuado acorde con el proceso de aprendizaje y su duración.

Características de la acción formativa

- Formación directa entre alumno y profesor.
- Formación específica ajustando el Temario a los objetivos a cumplir.
- Formación adaptada incorporando ejemplos prácticos y clarificadores.
- Formación participativa motivando a los asistentes a que sean agentes principales del desarrollo de la acción.
- Formación documentada apoyando siempre las explicaciones del docente del correspondiente material didáctico: presentaciones, guiones, documentaciones, libros, etc.