

Català

# PROMOCIÓ I NEGOCI A TRAVÉS DE LES XARXES SOCIALS

El curs Promoció i negoci a través de les xarxes socials de 40 hores t'ensenyarà a identificar les principals eines de gestió de xarxes socials en les empreses.

## Objectius generals del curs

- 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.
- Comprendre 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.

## Contingut general del curs

### Branding: Imatge de marca VS imatge personal

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

### El màrqueting digital

- El Pla de Màrqueting Digital
- Definició d'objectius. SMART Goals
- Fases: Acquisition, Engagement, Conversion i Fidelity
- Tècniques de Màrqueting Digital
  - SEO i SEM
  - Mail Màrqueting
  - Anàlítica Web
  - Xarxes Socials

### Foment de les relacions empresarials a través de les xarxes socials

- Importància de la connexió amb els clients, usuaris a través de les xarxes en:
  - La visualització de l'empresa
  - La generació d'oportunitats de negoci
  - El foment de la participació de l'empresari
  - L'augment de la competitivitat empresarial

- Determinació de l'estratègia/es en les relacions empresarials a través de les xarxes socials:
  - Servei de missatgeria instantània
  - Telefonia per Internet
  - Xarxes socials: digitals i professionals.
  - Weblocs, blocs o bitàcoles.
  - Xarxes socials per a empreses.
  - Comunitats de marca

Castellà

# PROMOCIÓN Y NEGOCIO A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

El curso Promoción y negocio a través de las redes sociales de 40 horas te enseñará a identificar las principales herramientas de gestión de redes sociales en las empresas.

## Objetivos generales del curso

- Identificar las principales redes sociales en las empresas.
- Identificar los diferentes tipos de relaciones profesionales que se pueden desarrollar a través de internet.
- Reconocer la importancia de crear una marca personal que posibilite y fomente las relaciones sociales entre empresas.
- Identificar los diferentes mecanismos de marketing que se pueden utilizar para potenciar las relaciones comerciales.
- Comprender las transformaciones generadas por las nuevas tecnologías en el ámbito empresarial.
- Conocer las herramientas web 2.0 que permiten realizar una campaña de marketing on-line y adaptarlas a nuestro modelo de negocio.

## Contenido general del curso

### Branding: Imagen de marca VS imagen personal

- La identidad visual corporativa:
- Definición, características y tipologías
- Elementos básicos de la marca

### El marketing digital

- El Plan de Marketing Digital
- Definición de objetivos. SMART Goals
- Fases: Acquisition, Engagement, Conversion y Fidelity
- Técnicas de Marketing Digital
  - SEO y SEM
  - Mail Marketing
  - Analítica Web
  - Redes Sociales

### Fomento de las relaciones empresariales a través de las redes sociales

- Importancia de la conexión con los clientes, usuarios a través de las redes en:
  - La visualización de la empresa
  - La generación de oportunidades de negocio
  - El fomento de la participación del empresario
  - El aumento de la competitividad empresarial

- Determinación de la estrategia/s en las relaciones empresariales a través de las redes sociales:
  - Servicio de mensajería instantánea
  - Telefonía por Internet
  - Redes sociales: digitales y profesionales.
  - Weblogs, blogs o bitácoras.
  - Redes sociales para empresas.
  - Comunidades de marca