



Redes Sociales 02

Community Manager.

Publica contenido de valor en las diferentes redes sociales y realiza estrategias publicitarias basadas en las herramientas profesionales de las diferentes plataformas de redes sociales. Utiliza el plan de marketing digital creado con anterioridad para cumplir con las estrategias y objetivos

Descripción del curso

Conocerás las diferentes herramientas para la creación de contenidos de valor y su aplicación en diferentes redes sociales.

- Modo experto Google
- Meta Business Manager
- Creación de contenido de valor
- Copy
- Creación y Edición de materiales para redes sociales
- Automatización del Marketing digital
- Storytelling
- A/B Testing

Esquema del programa

Durante el curso, se proporcionarán herramientas que permitan la elaboración de contenido de valor para las diferentes redes sociales como Instagram, la creación de un canal de YouTube, twitter, WhatsApp business, etc...

Perfil del estudiante

Estudiantes que ya hayan cursado Redes Sociales 01.

Metodología de enseñanza

El método principal de enseñanza son asistencia presencial o virtual, donde se asigna el ejercicio y prácticas, las cuales serán supervisadas, revisadas y discutidas con el alumno utilizando recursos audiovisuales y prácticas continuas en las diferentes plataformas.

Objetivo

El alumno culminará un plan estratégico de mercadotecnia con el que determinará un objetivo a lograr por parte de una empresa para presentarlo dentro de sus redes sociales y además elegirá sobre cuales plataformas se manejará dicha estrategia.

Expectativas

Los alumnos comenzarán a publicar en las redes que hayan elegido para su Proyecto utilizando las diferentes técnicas y estrategias aprendidas durante el curso asignando una fecha de lanzamiento de la campaña y elaborando la parrilla de contenidos.

Material de apoyo / recursos

- Diapositivas con explicación
- Videos
- Acceso a redes en uso para ver estadísticas.
- Plan de marketing ya elaborado como apoyo.

Software utilizado

Plataformas de redes sociales como:
Aplicaciones de Google, YouTube, Instagram, Twitter, Ai o Canva.

Temario del curso

1. Introducción

- 1.1. Google modo experto
- 1.2. Planeación de palabras clave
- 1.3. Que es Google Analytics
- 1.4. Uso de herramientas de medición
- 1.5. Como conectar las herramientas de medición de Google
- 1.6. Meta Business Suite
- 1.7. Cuenta empresarial de Meta
- 1.8. Instagram Perfil de empresa
- 1.9. Whatsapp Business
- 1.10. Herramientas de publicación
- 1.11. Aplicaciones para creación de contenido
- 1.12. CRM
- 1.13. Lead scoring
- 1.14. Lead Nurturing

2. Preliminares de proyecto

- 2.1. Uso y manejo del planificador de palabras clave de Google
- 2.2. Campañas de video y grupos de anuncios en Google
- 2.3. Google Analytics
- 2.4. Elaboración del perfil de empresa de Meta
- 2.5. Aplicaciones para la creación de contenidos de valor
- 2.6. Twitter y Twitter Ads
- 2.7. Trendsmap
- 2.8. WhatsApp business

3. Aplicación de proyecto

- 3.1. Aplicar el proyecto de Marketing Digital.

Requisitos de finalización

En orden de entregar un reconocimiento de haber concluido el curso, el alumno deberá cumplir con el 80% de sus asistencias y aprobar el examen final:

- **Contar con contenido publicado; aplicar las herramientas de medición y entregar reporte de métricas.**

Duración

40 horas.