

Marketing con Redes Sociales Digitales (Curso práctico)



Las redes sociales digitales son un fenómeno global y creciente, y están comenzando a ser usadas por las empresas como herramienta de marketing por la facilidad y economía que representa en aspectos como la comunicación, la gestión de información comercial y la relación con el cliente. No cabe duda que su uso será determinante en la relación entre las empresas y sus clientes.

Director: Jordi Sancho Ródenas
Primera edición: 16 de Noviembre al 2 de Diciembre de 2010
Horario: 17:30 a 20:30
<http://www.tecnomesura.es>

El fenómeno de Internet y los teléfonos móviles también ha generado una nueva forma de marketing: el marketing digital. Dentro de éste, las redes sociales digitales se han convertido en el nuevo *boom* del marketing.

En la actualidad, las redes sociales digitales se han convertido en un fenómeno que impacta el día a día de la vida de millones de personas en el mundo. La aparición de redes sociales digitales en Internet ha permitido que las personas puedan comunicarse de otra forma utilizando las nuevas tecnologías, generando relaciones que posibilitan la interacción constante e inmediata, permeando, por ejemplo, las relaciones personales, la política y el marketing.

Dada la novedad que comportan por su reciente aparición, las empresas apenas están comenzando a utilizar las redes sociales digitales dentro su estrategia de marketing, aunque éstas ya son consideradas como un fenómeno global referente a los consumidores.

Plataformas como Facebook, Tuenti, Youtube, LinkedIn, Flickr, Twitter y los blogs, entre otras, se están convirtiendo en herramientas de marketing muy efectivas para las empresas, pues permiten generar un canal de comunicación directo y efectivo con los clientes, a costes relativamente muy bajos y con la ventaja de ser un canal bidireccional. Sin embargo, el uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing no sólo se refiere al de ser un canal de comunicación, pues ya algunas empresas las están comenzando a utilizar como herramienta para conseguir valoraciones de

productos, promocionar nuevos productos, para realizar investigación de mercados, para evaluar la calidad de un producto o de un servicio prestado, como soporte de atención al cliente, para la construcción de reputación de marca y relaciones con los clientes y para el branding o manejo de marca, entre otros usos.



Es necesario tener en cuenta múltiples aspectos para poder entrar a las redes sociales digitales, como la comprensión del fenómeno, el target de la marca, la definición de una estrategia, la conformación de un equipo de gestión y sobretodo saber para qué se quiere participar en ellas.

Por todo lo anterior, este curso práctico de Marketing con Redes Sociales Digitales, tiene como objetivo acercar a los profesionales a entender el fenómeno y aprender cómo gestionar las diferentes redes sociales digitales, teniendo en cuenta su marca, sus clientes y sus objetivos de marketing.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

- Conocer y comprender el fenómeno del marketing 2.0.
- Entender cuáles son las principales redes sociales digitales y sus principales características, y cómo éstas pueden ser usadas dentro de la estrategia de marketing de la empresa.
- Conocer casos de éxito de empresas que usen las redes sociales digitales como herramienta de marketing.
- Llevar a la práctica los conocimientos adquiridos para comenzar el uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing, y poder integrarlos en la estrategia de marketing.
- Conocer las principales herramientas tecnológicas para gestionar y medir las acciones de marketing en redes sociales digitales.
- Conocer el perfil y responsabilidades del *Community Manager*.
- Compartir experiencias que permitan determinar cuáles redes sociales digitales son las más apropiadas para la estrategia de marketing para la empresa de cada participante, según sus características.

PARTICIPANTES

Este curso, de carácter práctico, está dirigido especialmente a directivos y profesionales de las áreas de administración, gestión, marketing y comunicación, que deseen empezar y consolidar su estrategia de marketing en el mundo de las redes sociales digitales.

ORGANIZACION DEL PLAN DE ESTUDIO

El programa se imparte en las Instalaciones del Centre de Negocis Nodus Barberà (<http://www.nodusbarbera.cat>) C/Mogoda núm. 1 (pol. Ind. Can Salvatella) en Barberà del Vallé, donde **se contará con un aula con conexión Wi-fi a Internet para que cada asistente pueda realizar las prácticas en su ordenador personal**. Adicionalmente Tecnomesura pondrá a disposición de los alumnos diversos Ordenadores en el aula.

Se realizarán seis (6) sesiones, de tres (3) horas cada una, los días martes y jueves de tres (3) semanas consecutivas en **horario de 17:30 a 20:30**.

PLAN DE ESTUDIO

Marketing con Redes Sociales Digitales – Curso práctico.		
Módulo	Fechas	Tema
1	Martes, 16 de noviembre	Introducción al Marketing digital y marketing 2.0. (Ponencia)
2	Jueves, 18 de noviembre	Redes sociales (Facebook y Tuenti).
3	Martes, 23 de noviembre	Redes sociales multimedia (Flickr y YouTube).
4	Jueves, 25 de noviembre	Blogs (Twitter y blogs).
5	Martes, 30 de noviembre	Redes sociales profesionales (LinkedIn y Xing).
6	Jueves, 2 de diciembre	Plan de marketing digital y <i>Community Management</i>

METODOLOGÍA

Para la realización del curso se seguirá la siguiente metodología:

- **Módulo 1:** Exposición del docente y discusión colectiva de casos reales de empresas.
- **Módulos 2, 3, 4 y 5:**
 - Exposición del docente de las principales características de cada una de las redes sociales digitales.
 - Estudio de casos reales de éxito y fracaso de empresas en cada una de las redes sociales digitales estudiadas.
 - Práctica: Creación y configuración del perfil en cada una de las redes sociales digitales, identificación de los principales usos, conocimiento de herramientas de dinamización y medición de las acciones de marketing en redes sociales digitales.
 - Discusión colectiva sobre los casos de las empresas de los asistentes.
- **Módulo 6:** Exposición del docente y discusión colectiva sobre las estrategias a seguir por las empresas de los asistentes.

DOCENTE

Felipe Uribe Saavedra

34 años, Ingeniero Administrador, Master en Marketing por la Universitat de Barcelona, Master de Investigación en Creación y Gestión de Empresas de la Universitat Autònoma de Barcelona y candidato a Doctor por la misma Universidad.

Director de StrategyforWeb, consultora sobre marketing digital y redes sociales digitales. Cuenta con experiencia en el área de marketing en empresas especializadas en marketing digital, agencias de diseño y desarrollo de software y portales empresariales.

Actualmente realiza su tesis doctoral sobre cómo las empresas usan las redes sociales digitales como herramienta de marketing. Ha publicado trabajos sobre el tema en la Revista Cataluña Económica y en el XXII Congreso Nacional de Marketing AEMARK 2010, así como en su blog StrategyforWeb.com

Es profesor de "Dirección Comercial" en la Universitat Autònoma de Barcelona y cuenta con experiencia docente en otras universidades.



CERTIFICADO

Tecnomesura SL. extenderá el Certificado de participación del curso "Marketing con Redes Sociales Digitales – Curso práctico" a quienes asistan un mínimo del 75% de la totalidad del curso y demuestren adquisición de los conocimientos.

INSCRIPCIÓN

Precio :

Por alumno – 400€

Recuperable:

234€

- Si lo desea le gestionamos de forma gratuita el credito de formación recuperable para las empresas.

TECNOMESURA SL

Jèssica Sancho Betés

Tel: 902 199 304

E-mail: tecnomesura@tecnomesura.es

Web: www.tecnomesura.es

Cierre de Inscripción: 15 de noviembre de 2010

Instituciones Asociadas

Las Instituciones Asociadas colaboran con Tecnomesura SL en la formación de profesionales promoviendo la educación, la investigación aplicada y la creación y difusión del conocimiento.

