

Catàleg d'accions formatives

2022 Programes de formació no formal Sectorial

FAMÍLIA PROFESSIONAL

Comerç i màrqueting

ÀREA PROFESSIONAL

Màrqueting i relacions públiques

GRUPAF	GRUP AMPLIAT	HORES	CODI FAMÍLIA	CODI ÀREA	IDENTIFICADOR
COMM13	2018	40	COM	COMM	FC01_COMM130_2018
0					

NOM DE L'ACCIÓ

Promoció i negoci a través de les xarxes socials

OBJECTIUS

Objectiu general:

- Identificar les principals eines de gestió de xarxes socials en les empreses.

Objectius específics:

- 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.
- Compendre 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.

CONTINGUTS

1. Branding: Imatge de marca VS imatge personal
 - 1.1. La identitat visual corporativa:
 - 1.2. definició, característiques i tipologies
 - 1.3. Elements bàsics de la marca
2. El màrqueting digital
 - 2.1. El Pla de Màrqueting Digital
 - 2.2. Definició d'objectius. SMART Goals
 - 2.3. Fases: Acquisition, Engagement, Conversion i Fidelity
 - 2.4. Tècniques de Màrqueting Digital
 - 2.4.1. SEO i SEM
 - 2.4.2. Mail Màrqueting
 - 2.4.3. Analítica Web
 - 2.4.4. Xarxes Socials
3. Foment de les relacions empresarials a través de les xarxes socials
 - 3.1. Importància de la connexió amb els clients, usuaris a través de les xarxes en:
 - 3.1.1. La visualització de l'empresa
 - 3.1.2. La generació d'oportunitats de negoci