

## Objetivos

Conocer cómo se adapta la elaboración del plan de marketing tradicional a las especificaciones que comportan las redes sociales y herramientas 2.0.

Aprender la importancia en la planificación estratégica de la creación del social media plan, documento indispensable antes de iniciar cualquier acción 2.0.

Conocer la importancia del eBranding como filosofía del marketing y punto de salida de nuestras acciones.

Aprender a desarrollar los diferentes perfiles que pone a nuestra disposición Facebook para desarrollar las relaciones sociales y generar conversación alrededor de la marca.

Conocer a fondo la elaboración e implementación de las páginas y grupos desde la empresa.

Desarrollar habilidades comunicativas que permitan una implementación efectiva de Facebook en la estrategia comunicativa de la empresa.

## Contenidos

### Social media marketing

Introducción  
Social media marketing  
Social media engagement  
Social CRM  
El community manager  
¿Por qué elegir Facebook?  
Caso de éxito: Obermuttern  
Resumen

### Facebook marketing

Introducción  
eBranding  
Facebook marketing  
¿Perfil, grupo o página?  
Caso de éxito: hotel Entremares  
Resumen

### Las páginas

Introducción  
Crear una página paso a paso  
Interfaz de Facebook  
Caso de éxito: Oreo  
Resumen

### Aplicaciones

Introducción  
Aplicaciones  
Aplicaciones propias: eventos y notas  
Aplicaciones profesionales  
Caso de éxito: Red Bull  
Resumen

**Creación de un grupo**

Registro  
Personalización  
Invitaciones  
Preguntas prácticas  
Ejercicios de autoevaluación

**Integración con otras herramientas**

Introducción  
Twitter  
Wordpress  
SlideShare  
Marcadores sociales  
Pinterest  
Instagram  
YouTube  
Foursquare  
Google Glass  
Caso de éxito: Real Madrid F.C.  
Resumen

**Marketing para fans**

Introducción  
Inbound marketing  
EdgeRank  
Marketing para fans  
Optimizar la interacción  
Convertir usuarios en compradores  
Rentabilizar  
Caso de éxito: Hawkers  
Resumen

**Plataforma publicitaria**

Introducción  
Publicidad en Facebook  
Caso de éxito: Privalia  
Resumen

**Métricas y monitorización**

Introducción  
Key Performance Indicators  
Facebook Insights  
Monitorización: del ROI al IOR  
Caso de éxito: Coca-Cola  
Resumen

