



PROGRAMA

TALLER DE
"MARKETING DIGITAL"



FECHA Y HORARIO

28 de Julio 2018 - 08:00 a 16:00 hs

FUNDAMENTACIÓN

Este taller práctico ayudará a que toda empresa, emprendedor o figura pública pueda estar preparado para dar sus primeros pasos en el mercado digital, o, si ya cuenta con presencia en Redes Sociales como en Facebook o Instagram, optimizar los resultados a través de recomendaciones y configuraciones prácticas.

Con este taller aprenderá a conocer cuáles son las Redes Sociales más importantes y útiles para el rubro en la cual el estudiante está enfocado o desee enfocarse.

OBJETIVO

Que los participantes incorporen conceptos para entender y herramientas para mejorar su gestión de liderazgo y con ello, los resultados y el desempeño de sus equipos.

METODOLOGÍA

Se trabajarán por grupos de trabajos y se asignará un objetivo específico. En base al objetivo se trabajará con las diferentes herramientas, estrategias y recomendaciones para lanzarlo al mundo digital.

INVERSIÓN

Gs. 350.000

*Para socios y grupo de 3 participantes 20% de descuento. (280.000 gs)

TARGET DE ASISTENTES

Encargados de Marketing, ventas, comunicación y gerentes de cualquier rubro empresarial, estudiantes de la carrera ciencias de la comunicación, marketing, diseño gráfico, agencias y empresas que ofrezcan servicios de publicidad y marketing digital, emprendedores, dueños

REQUERIMIENTOS PARA LOS PARTICIPANTES:

Como requisito para el Taller el participante deberá contar con lo siguiente:

- Una computadora portátil
- Conocimiento básico de Redes Sociales.
 - Un perfil en Facebook.
- Un correo electrónico activo.

CONTENIDO

A continuación se presenta el listado de los temas que componen la estructura de contenidos del taller.



- Radiografía interna. F.O.D.A.
- Radiografía de la empresa, los clientes o potenciales clientes.
- Plan de contenido publicitario.
- Plan de marketing y promociones mensuales.
- Tipos de plataformas y lenguajes.
- Creación de Fan page en Facebook.
- Conocer las diferencias y ventajas de un perfil, grupo y fan page en Facebook.
- Conocer los diferentes tipos de una categoría y subcategoría para cada rubro. Ejemplo:
¿Marca o Negocio Local?
- Agregar descripción, horario, ubicación, tipo de productos, etc.
- Cómo obtener la URL personalizada, limitaciones y ventajas.
- Tipos de configuraciones adecuadas antes de lanzar una fan page.
- Diferencias entre roles y atribución de páginas.
- Trabajar con notas, cómo crear eventos, cómo programar publicaciones, editar publicaciones, guardar en borradores, crear formularios en Facebook.
- Tamaños adecuados para Redes Sociales.
- Los mejores contenidos para la marca, empresa o producto. Uso de fotografías, GIF, notas, uso de emoticones, creación de diapositivas, opción de slider, entre otros.
- Uso de respuestas instantáneas, automáticas y respuestas guardadas.
- Cómo utilizar el -Editor de Páginas para ordenar el contenido en el muro de la fan page.

- Ver opción de Recibir mensaje, oferta, llamar, encuesta, entre otros.
 - Recomendaciones generales.
 - Introducción de anuncios en Facebook e Instagram.
 - Cómo crear una cuenta en Instagram.
 - Opción de convertir el perfil personal a perfil de empresas.
- Requisitos.
- Ventajas de un perfil de empresas.
 - Opción de estadísticas y botones de Instagram.
 - Cómo vincular a la fan page. Ventajas y requisitos.
 - Tamaño de las diferentes publicaciones de imágenes y videos.
 - Recomendaciones con los hashtags, seguidores.
 - Herramientas para optimizar imágenes desde el celular.
 - Recomendaciones generales.



**MUCHAS
GRACIAS**