

Saca partido a Facebook. Facebook para empresas

Objetivos

□ **Objetivo General**

- Ser capaces de establecer las estrategias necesarias para lograr gestionar un perfil de empresa en Facebook.

□ **Objetivos Específicos**

- Conocer el manejo básico de Facebook como herramienta de comunicación e interacción con otras personas usuarias.
- Aprender a manejar las opciones básicas que nos permitan interactuar dentro de la red social Facebook.
- Conocer las posibilidades que nos ofrece Facebook para abrir una cuenta como diferentes tipos de usuarios, conociendo las limitaciones y posibilidades de estas opciones.
- Aprender a manejar las opciones de privacidad que nos permite establecer Facebook en la publicación de los datos y la información dentro de la red social.
- Aprender a practicar la escucha activa y dialogar con los usuarios en un espacio 2.0 como es nuestra página de empresa en Facebook.
- Saber manejar las diferentes herramientas que nos ofrece Facebook para las empresas y obtener el mejor rendimiento.
- Ser capaces de potenciar la presencia de una marca en la red a través de la gestión de una página en Facebook.
- Conocer los diferentes casos de éxito de empresas en su gestión de páginas de empresa en Facebook.
- Ser capaces de manejar las diferentes situaciones que se pueden producir ante una crisis de Social Media en la página de Facebook de la empresa.
- Conocer las diferentes estrategias de Marketing que podemos llevar a cabo en Facebook.
- Diferenciar los diferentes elementos que podemos utilizar para publicitar nuestra marca en Facebook.
- Aprender a utilizar Facebook como herramienta de Marketing.
- Comprender las diferentes estrategias que podemos poner en marcha para captar seguidores en Facebook.
- Conocer los elementos básicos de un anuncio de Facebook y cómo conseguir que éste sea eficiente.

Contenidos

Saca partido a Facebook. Facebook para empresas	Tiempo estimado
<p>Unidad 1: Facebook.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es Facebook? <ul style="list-style-type: none"> ○ Elementos principales de Facebook. ○ La red social. ○ Su éxito y cifras. • ¿Cómo funciona Facebook? <ul style="list-style-type: none"> ○ Registro. ○ Otros datos en nuestro perfil de Facebook. ○ Perfil de usuario Vs página de negocio. ○ Elementos básicos a la hora de crear una página en Facebook. ○ Comienza a utilizar Facebook. ○ Otras opciones para las publicaciones. ○ Contactos y fans. ○ Facebook como herramienta de información. ○ Cuida tu lenguaje y expresión. ○ Interacción entre usuarios. ○ Configuración de la privacidad. ○ Opciones de privacidad en Facebook. ○ Opciones de bloqueos en la privacidad de Facebook. ○ Recomendaciones para controlar la privacidad en Facebook. ○ Otras opciones de privacidad. ○ Copia de seguridad de tu perfil en Facebook. ○ Baja del servicio. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 01	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 01	45 minutos
Tiempo total de la unidad	13 horas

Unidad 2: Saca partido a Facebook.

- Facebook, el escaparate de tu marca.
- Reglas a seguir dentro de Facebook.
 - Escuchar en Facebook.
 - Atender y responder a los comentarios de los usuarios.
 - Conversar con los usuarios en Facebook.
 - Recomendaciones para conversar con los usuarios.
 - Crear contenido de calidad.
 - Errores que debemos evitar en una página en Facebook.
 - Tipos de presencia en Facebook.
- Páginas empresariales.
 - Tipos de publicaciones en Facebook.
 - Las preferencias de los usuarios.
 - Incitar a la acción en Facebook.
 - Lograr una mayor difusión.
 - Estadísticas de las páginas de Facebook.
- Integración de Facebook en un sitio web.
 - Plugins sociales para Facebook.
 - ¿Qué plugins utilizar en nuestra web?
- Gestión de aplicaciones para Facebook.
 - Aplicaciones que podemos instalar en Facebook.
- El trabajo del community manager en Facebook.
 - Funciones del Community Manager.
 - Gestión de los comentarios en Facebook.
 - Gestión de crisis en las redes sociales.
 - Caso Nestlé.
 - Caso Nestlé: mala praxis en la gestión de la crisis.
 - Caso Nestlé: errores cometidos por el community manager en la página.
 - Caso Nestlé: ¿Qué debería haber hecho?
 - Caso de la página del Ministerio de Sanidad del Gobierno de España.
- Campañas en Facebook. Casos de éxito y gestión.
 - Siempre Coca-Cola.
 - Marcas.
 - Otros casos de éxito en Facebook.

Cuestionario de Autoevaluación UA 02

30 minutos

Actividad de Evaluación UA 02

45 minutos

Tiempo total de la unidad

18 horas

<p>Unidad 3: Social media marketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción al social media marketing. <ul style="list-style-type: none"> ○ Establecer una estrategia social media. • Facebook como herramienta de marketing. <ul style="list-style-type: none"> ○ La publicidad dentro de Facebook. ○ Elementos de una campaña en Facebook. ○ Definir un objetivo. ○ Ejemplos de anuncios de Facebook. ○ Definir la audiencia. ○ Definir el presupuesto. ○ Dónde aparecen los anuncios en Facebook. ○ Prácticas recomendadas para crear un anuncio. ○ Edición del anuncio. ○ Normas de publicidad en Facebook. ○ Informes y estadísticas. • Captación de seguidores. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 03	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 03	1 hora
Tiempo total de la unidad	13 horas
Examen final	1 hora
3 unidades	45 horas