

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL EN REDES SOCIALES EMPRESARIALES.

COMPETENCIA: DISEÑAR CONTENIDOS VISUALES PARA REDES SOCIALES CON HERRAMIENTAS DIGITALES DE DISEÑO GRÁFICO, SEGÚN CRITERIOS DE CONFIGURACIÓN, IDENTIDAD VISUAL Y POSICIONAMIENTO DEFINIDOS PARA CADA PLATAFORMA.

Modalidad: E- Learning Asincrónico.

Módulo 1: Instagram, Facebook y WhatsApp empresariales.

Objetivo de aprendizaje:

Identificar procedimientos de creación y configuración de cuentas empresariales en Instagram, Facebook y WhatsApp Business siguiendo criterios de integración entre plataformas.

Contenidos:

- Instagram Business: Creación y configuración de cuenta Instagram Business.
- Herramientas disponibles para empresas: estadísticas, promociones, botones de contacto. Buenas prácticas.
- Facebook Business: Configuración de información comercial: horarios, ubicación, servicios. Uso del administrador comercial de Meta (Business Suite). Administración de roles y permisos.
- WhatsApp Business: Creación de perfil empresarial: catálogo, mensaje de bienvenida, respuestas rápidas. Enlace con redes sociales y sitio web. Buenas prácticas.
- Integración de cuentas: Sincronización de herramientas para campañas de marketing unificadas. Solución de errores comunes en la integración entre plataformas.

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL EN REDES SOCIALES EMPRESARIALES.

COMPETENCIA: DISEÑAR CONTENIDOS VISUALES PARA REDES SOCIALES CON HERRAMIENTAS DIGITALES DE DISEÑO GRÁFICO, SEGÚN CRITERIOS DE CONFIGURACIÓN, IDENTIDAD VISUAL Y POSICIONAMIENTO DEFINIDOS PARA CADA PLATAFORMA.

Modalidad: E- Learning Asincrónico.

Módulo 2: Google como herramienta de gestión de negocios.

Objetivo de aprendizaje:

Reconocer configuraciones y funciones de Google Business y Google Ads que mejoran la visibilidad digital de una empresa conforme a criterios de posicionamiento definidos por la plataforma.

Contenidos:

- Google Business: Creación y verificación del perfil de empresa. Configuración inicial: horarios, dirección, teléfono, categorías de negocio. Administración de publicaciones, fotos y reseñas. Visualización y uso de estadísticas del perfil. Buenas prácticas de posicionamiento local en buscadores (SEO local).
- Google Ads para negocios: Introducción a Google Ads: conceptos básicos de publicidad digital. Tipos de campañas disponibles (búsqueda, display, video). Creación de cuenta publicitaria y estructura básica (campaña – grupo – anuncio). Selección de objetivos de campaña y segmentación de audiencia. Presupuesto, puja y rendimiento esperado. Integración con Google Business para mejorar la efectividad local.

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL EN REDES SOCIALES EMPRESARIALES.

COMPETENCIA: DISEÑAR CONTENIDOS VISUALES PARA REDES SOCIALES CON HERRAMIENTAS DIGITALES DE DISEÑO GRÁFICO, SEGÚN CRITERIOS DE CONFIGURACIÓN, IDENTIDAD VISUAL Y POSICIONAMIENTO DEFINIDOS PARA CADA PLATAFORMA.

Modalidad: E- Learning Asincrónico.

Módulo 3: Herramientas de creación y edición de contenidos para marketing.

Objetivo de aprendizaje:

Desarrollar contenidos gráficos en plataformas de diseño digital conforme a criterios de comunicación visual para redes sociales empresariales.

Contenidos:

- Fundamentos del diseño visual aplicado al marketing digital.
- Elementos básicos del diseño gráfico: color, tipografía, composición y jerarquía visual.
- Criterios de identidad visual y coherencia de marca en redes sociales.
- Buenas prácticas de diseño para comunicación digital.
- Uso de BeFunky en la creación de contenidos visuales: Exploración de la interfaz y funciones principales. Edición básica de imágenes y uso de plantillas prediseñadas. Exportación de piezas gráficas optimizadas para redes sociales.
- Uso de Canva para diseño de piezas gráficas: Creación de cuenta y navegación por la plataforma. Selección y personalización de plantillas para publicaciones digitales. Inserción de elementos gráficos: textos, íconos, imágenes, fondos.