

Social Media Marketing

Objetivos

- Aprender a ver el Social Media Marketing como una ventaja diferencial en la estrategia empresarial como forma de ganar tráfico, reputación, *brand awareness* y ventas.
- Aprovechar el uso de las redes sociales dentro del Plan de Marketing Digital.
- Entender cómo funcionan las campañas de *influencer marketing* y ser capaz de analizarlas dentro de un entorno de redes sociales en constante evolución.

Contenidos

La asignatura de Social Media Marketing introducirá al alumno en esta disciplina del Marketing Digital. En primer lugar, el alumno se preguntará ¿qué significa realmente influir? En este punto, nos centraremos en el análisis del entorno en un sector en constante cambio, la gestión y los resultados de campañas de *influencer marketing*.

A continuación, se tratará de contextualizar el uso de indicadores en las redes sociales. Se discutirán las principales metodologías de trabajo en la creación de una estrategia en el ámbito del Social Media Marketing (contenidos, gestión, monitorización). El alumno elaborará un *Customer Journey* y profundizará en el uso de la herramienta de gestión Social Studio (*Sales Force*).

Finalmente, se discutirán las principales plataformas de anuncios en redes sociales disponibles actualmente en el mercado. El alumno deberá de identificar los pros, contras y diferencias entre todas las plataformas de publicidad. Además, deberá de implementar correctamente todas las herramientas de campañas necesarias para publicitarse en redes sociales y ejecutaremos campañas en *Business Manager* de Facebook y Tik Tok Ads.