

MARKETING DIXITAL E REDES SOCIAIS NA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA (120 HORAS)

Do 11 de novembro ao 11 de decembro de 2024



Sesións presenciais:

2 decembro: 16:00 – 20:00 h.

3 e 4 de decembro: 16:00 – 19:00 h.

COMPETENCIAS/OBXECTIVOS:

- Coñecer as últimas tendencias de mercadotecnia en liña.
- Desenvolver estratexias de imaxe de marca a través das redes sociais.
- Creación e desenvolvemento dun Plan de Comunicación para diferentes redes sociais.
- Crear e desenvolver un plan de medición para coñecer o impacto nas redes sociais.
- Adquirir os coñecementos necesarios sobre marketing en buscadores para optimizar un sitio web.

PROGRAMA/CONTIDOS (110 online + 10 presenciais)

- Módulo 1. Imaxe de marca a través das redes sociais.
- Módulo 2. Plan de comunicación en redes sociais.
- Módulo 3. Elaboración do plan de medición de impacto en redes sociais.
- Módulo 4. Redes sociais, visión práctica e empresarial.
- Módulo 5. Marketing de páxinas web e buscadores.
- Módulo 6. Novas tendencias.
- Módulo 7. Empregabilidade.
- Módulo 8. Igualdade de oportunidades.

DESTINATARIOS

Ainda que está dirixido a todo tipo de público, seleccionárase preferentemente a empresarios e traballadores de empresas do sector agroalimentario así como desempregados e emprendedores interesados en adquirir coñecementos para mellorar as súas opción de acceso a un emprego ou autoemprego no sector.