espai
escola d' informàtica i disseny

CERTIFICA QUE:

David Gelabert Rubio

HA DEMOSTRADO POSEER EL NIVEL TÉCNICO SUFICIENTE EN EL CURSO DE:

WORKSHOP LINKEDIN

Barcelona, a 18 de Marzo de 2020

Nº A.1001

Jefe de Estudios

Alumno/a

espai
Entença 182 • 08029 • Barcelona
Tel. 93 163 53 53

Adobe CERTIFIED ASSOCIATE

Microsoft Office Specialist Authorized Testing Center

Microsoft IT Academy Program

CAT formació

AUTODESK Authorised Training Centre

Enseñanza autorizada según ley 7/86 de 23 de mayo

Plan de Estudios

WORKSHOP LINKEDIN

1. **¿Qué es LinkedIn?**

2. **¿Cómo puedo usar LinkedIn dentro de mi estrategia promocional?**

    2.1. Apoyar la introducción de nuevos productos.
    2.2. Dar salida a exceso de stocks.
    2.3. Obtener liquidez a corto plazo.
    2.4. Incentivar ya poyar a la red de vendedores.
    2.5. Crear barreras a la competencia.

3. **Nuestro perfil de LinkedIn: ¿cómo puedo sacarle el máximo partido?**

    3.1. Imagen de perfil.
    3.2. Cuida el titular del puesto actual.
    3.3. ¿Tu extracto de LinkedIn dice quién eres, qué haces y qué puedes aportar?
    3.4. Organiza la información sobre tu experiencia laboral y académica de forma correcta.
    3.5. Consigue recomendaciones.
    3.6. Añade tus aptitudes.
    3.7. Destaca tus intereses y grupos donde participas.
    3.8. Cuida el contenido de tu perfil.
    3.9. Ayúdate a los formatos multimedia para enriquecer tu perfil.

4. **Estrategias para dejar de ser invisibles en LinkedIn.**

    4.1. El proceso de Gestión de Contactos de LinkedIn.
    4.2. Define empresas y profesionales.
    4.3. Construye tu red dentro de las empresas.
    4.4. Añadiendo nuevos contactos a nuestra Red.

5. **Configuración de la página de nuestra empresa en LinkedIn.**

6. **Un soporte perfecto para la difusión de quiénes somos: Los grupos.**

    6.1. ¿Qué aporta el grupo corporativo frente a la página de empresa?
    6.2. ¿Para qué usar un grupo corporativo en LinkedIn?
    6.3. ¿Cómo configurar el grupo?
    6.4. ¿Cómo optimizar la información sobre el grupo?
    6.5. ¿Para qué sirven las estadísticas del grupo?
    6.6. ¿Se puede utilizar los grupos para enviar emailings a los miembros?
    6.7. Pautas para aumentar el nivel de contribuciones en un grupo de LinkedIn.

7. **Las recomendaciones dentro de LinkedIn.**

    7.1. El número de recomendaciones.
    7.2. Las recomendaciones más valiosas.
    7.3. El contenido.
    7.4. Quid pro quo.
    7.5. Extensión y forma.
    7.6. Las recomendaciones fuera del trabajo.
    7.7. Las recomendaciones de clientes o colaboradores.

8. **Publicidad de pago en LinkedIn.**

    8.1. ¿Cómo crear un anuncio en LinkedIn?
    8.2. Crear campaña.
    8.3. Publico objetivo.

9. **Tipos de planes de LinkedIn.**

    9.1. LinkedIn Premium.
    9.2. Para seleccionadores de personal.
    9.3. Para usuarios que buscan empleo.
    9.4. Para profesionales en ventas.