Tik Tok Marketing

UD1. Tik Tok: concepto, funcionalidades y características.

1.1. Introducción
1.1.1. Origen y evolución
1.1.2. Target
1.2. Características de Tik Tok que la diferencian de otras redes sociales.
1.3. Elementos principales y funcionalidades
1.3.1. Timeline: Siguiendo y Para ti
1.3.2. Tendencias
1.3.3. Bandeja de entrada
1.3.4. Perfil
1.3.5. Me gusta
1.3.6. Comentarios
1.3.7. Compartir
1.3.8. Favoritos
1.4. Cómo crear un perfil
1.4.1. Personal
1.4.2. Para empresas

UD2. Tik Tok como generador de contenido

2.1. Primeros pasos en la creación de contenidos en Tik Tok
2.2. Tiempo de duración del contenido
2.3. Elementos de edición
2.2.1. Velocidad
2.2.2. Música
2.2.3. Filtros y efectos
2.2.4.Transiciones
2.2.5. Stickers
2.2.6. Voz superpuesta, efectos de voz y volumen
2.2.7. Otros elementos
2.4. Emisiones en directo
2.5. Respuesta a comentarios con vídeo
2.6. Uso de otros vídeos en TikTok: Dúos, pegar.
2.7. Subir vídeos a TikTok desde el ordenador

UD3. Marketing en Tik Tok

3.1. Tik tok Ads
3.1.1. Anuncios In-feed
3.1.2. Brand takeover
3.1.3. Hashtag challenge
3.1.4. Efectos con marca (Brand lenses)
3.1.5. Topview
3.1.6. Herramientas de publicidad en Tik Tok.
3.1.7. Monetización en TikTok
3.2. Estrategias de marketing

3.2.1. Análisis de contenido y benchmarking
3.2.2. Aproximación al buyer persona
3.2.3. Plan estratégico
3.2.4. Plan de contenidos.
3.2.5. Interpretación de estadísticas. Visibilidad, interacciones y engagement.
3.4. Ejemplos de campañas de marketing en Tik Tok
3.3.1. Moda y belleza.
3.3.2. Entretenimiento
3.3.3. Tecnología
3.5. Casos de éxito de marcas personales