



**Redes Sociales**

## Objetivos

---

### □ **Objetivo General**

- ser capaces de tener una visión clara sobre las Redes Sociales, sus aplicaciones, posibilidades y manejo para su aprovechamiento empresarial.

### □ **Objetivos Específicos**

- Conocer el manejo básico de las redes sociales y las posibilidades que ofrece para las empresas.
- Manejar las recomendaciones básicas para lograr un posicionamiento y reputación adecuados para nuestra empresa en las redes sociales.
- Conocer las diferentes estrategias para lograr aumentar el número de seguidores y posicionamiento de una marca en las principales redes sociales.
- Aprender a manejar las estrategias básicas de social media marketing en redes de microblogging.
- Conocer algunos casos de éxito de campañas y estrategias desarrolladas en diferentes redes sociales.
- Aprender a manejar las herramientas y técnicas necesarias para valorar la presencia de una marca en la red, calcular el ROI de la inversión realizada y la pertinencia de la estrategia de marketing que hemos implantado.
- Analizar el ámbito 2.0 así como las estrategias y procedimientos que ofrecen las redes sociales como herramientas de marketing digital.
- Ser capaces de desarrollar una estrategia de comunicación adecuada en las principales redes sociales.
- Aprender a planificar acciones de marketing digital gestionando la presencia de la marca en las redes sociales.
- Gestionar la imagen de una empresa dentro de las redes sociales para obtener una reputación óptima.
- Ser capaces de crear, desarrollar y mantener comunidades virtuales mediante la gestión de los perfiles profesionales en las redes sociales.
- Aprender a definir una estrategia en Redes Sociales conociendo las herramientas, técnicas y métricas más importantes.
- Comprender el funcionamiento de la Web 2.0., entender las reglas del nuevo marketing 2.0. y de las redes Sociales.

## Contenidos

65 horas	Redes Sociales
	<b>Unidad 1:</b> Introducción a las redes sociales.
7 h	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué son las redes sociales?</li> <li>• Historia de las redes sociales.</li> <li>• Redes sociales como canal de comunicación.</li> <li>• Esquema de funcionamiento.</li> <li>• Las redes sociales en una organización.</li> </ul>
	<b>Unidad 2:</b> Twitter, la red de microblogging
16 h	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué es Twitter y cómo funciona?</li> <li>• La interacción entre usuarios.</li> <li>• La comunicación dentro de Twitter.</li> <li>• Recomendaciones para el uso de Twitter.</li> <li>• Twitter para profesionales y empresas.</li> </ul>
	<b>Unidad 3:</b> Facebook.
14 h	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué es Facebook?</li> <li>• ¿Cómo funciona Facebook?</li> <li>• Facebook como herramienta de marketing</li> </ul>
	<b>Unidad 4:</b> Las redes de las imágenes.
12 h	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pinterest.</li> <li>• Estrategia de Pinterest.</li> <li>• Youtube.</li> <li>• Estrategia de Instagram.</li> </ul>
	<b>Unidad 5:</b> Social media marketing.
10 h	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campañas en las redes sociales.</li> <li>• La comunicación viral.</li> <li>• El trabajo del Community Manager.</li> <li>• Estrategia de LinkedIn.</li> <li>• Estrategia de Google+*</li> </ul>
	<b>Unidad 6:</b> Aplicaciones y Herramientas.
6 h	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herramientas básicas para redes sociales.</li> <li>• Análisis de las redes sociales.</li> <li>• ROI en Social Media.</li> </ul>
<b>65 horas</b>	<b>6 unidades didácticas</b>

**\*Nota:** En abril de 2019, este espacio se cierra definitivamente para usuarios.