

The background image shows a person's hand using a computer mouse. A vertical stack of seven white circles is positioned on the right side of the image. A semi-transparent grey rounded rectangle is located in the upper left quadrant, containing the text 'Redes sociales'.

## 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**

- Comprender el concepto de redes sociales, sus orígenes y evolución a través de los avances más significativos en la materia.
- Acercar el concepto de redes sociales como canal de comunicación para la empresa.
- Fomentar el uso de las redes sociales en la organización de forma eficiente y al servicio de los intereses de la entidad.
- Conocer las posibilidades que ofrecen las redes sociales como nuevo espacio para la promoción y difusión de diferentes productos y estrategias de comunicación.
- Conocer el funcionamiento básico de la herramienta de microblogging Twitter.
- Comprender las posibilidades que ofrece Twitter como herramienta de comunicación.
- Adquirir los conocimientos básicos para realizar una adecuada práctica de comunicación en Twitter para su utilización como herramienta profesional.
- Conocer el manejo básico de Facebook como herramienta de comunicación e interacción con otras personas usuarias.
- Aprender a manejar las opciones básicas que nos permitan interactuar dentro de la red social Facebook.

- Conocer las posibilidades que nos ofrece Facebook para abrir una cuenta como diferentes tipos de usuarios, conociendo las limitaciones y posibilidades de estas opciones.
- Aprender a manejar las opciones de privacidad que nos permite establecer Facebook en la publicación de los datos y la información dentro de la red social.
- Ser capaces de manejar de forma eficiente Pinterest como herramienta empresarial.
- Conocer las diferentes posibilidades que nos ofrece Youtube para potenciar nuestro negocio a través de las estrategias de vídeo marketing.
- Saber optimizar el perfil de Pinterest para convertirlo en una herramienta que fortalezca nuestra marca.
- Conocer las diferentes técnicas para fidelizar nuestros clientes y lograr nuevos seguidores a través de un adecuado uso de nuestra cuenta de Youtube.
- Conocer las herramientas básicas que nos ayudarán a profesionalizar el uso de las redes visuales al servicio de una marca.
- Conocer la labor que lleva a cabo un profesional Community Manager.
- Aprender a gestionar técnicas y estrategias para establecer una comunicación viral en los medios sociales.
- Comprender el funcionamiento de las redes sociales como canales para la promoción de profesionales, empresas y productos.
- Ser capaz de interpretar estadísticas en redes sociales y verificar los resultados obtenidos.
- Aprender a manejar las herramientas y técnicas necesarias para valorar la presencia de una marca o empresa en la red.
- Saber calcular el ROI en Social Media.
- Conocer el retorno de inversión en nuestro negocio y la pertinencia de la estrategia de marketing en Social Media que hemos implantado.

## Contenidos

| Redes sociales  | Tiempo estimado          |
|---|--------------------------|
| <p><b>Unidad 1:</b> Introducción a las redes sociales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué son las redes sociales?</li> <li>• Historia de las redes sociales.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Redes sociales como canal de comunicación.</li> <li>○ Socialmedia.</li> </ul> </li> <li>• Esquema de funcionamiento.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Estudios sobre las redes sociales.</li> <li>○ Tipos de redes sociales.</li> <li>○ Factores comunes en las redes sociales.</li> <li>○ Aspectos clave de las redes sociales.</li> </ul> </li> <li>• Las redes sociales en una organización.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Elementos de las redes sociales al servicio de una organización.</li> <li>○ Un altavoz para la empresa.</li> </ul> </li> </ul>  |                          |
| <p>Cuestionario de Autoevaluación UA 01</p>   | <p><b>30 minutos</b></p> |
| <p>Actividad de Evaluación UA 01</p>  | <p><b>1 hora</b></p>     |
| <p>Tiempo total de la unidad</p>  | <p><b>10 horas</b></p>   |
| <p><b>Unidad 2:</b> Twitter, la red de microblogging.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué es Twitter y cómo funciona?                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Comenzar a Twitrear.</li> <li>○ Twitter como herramienta de información.</li> <li>○ Configuración de la privacidad.</li> <li>○ Verificación de la cuenta.</li> <li>○ Baja del servicio.</li> </ul> </li> <li>• La interacción entre usuarios.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Construyendo nuestro perfil en Twitter.</li> <li>○ Participar y retuitear.</li> <li>○ Quiero ser trending topic I.</li> <li>○ Quiero ser trending topic II.</li> </ul> </li> <li>• Compartir conocimiento y generar comunicación.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La mención.</li> <li>○ La conversación.</li> <li>○ Prácticas habituales.</li> <li>○ El contenido en Twitter y/o para Twitter.</li> </ul> </li> <li>• Recomendaciones para el uso de Twitter.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Falta de atractivo en time line.</li> <li>○ Mensajes automatizados.</li> </ul> </li> <li>• Twitter para profesionales y empresas.</li> </ul> |                          |

|  |                   |
|--|-------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Twitter como herramienta de marketing.</li> <li>○ El canal de las marcas.</li> </ul>  |                   |
| Cuestionario de Autoevaluación UA 02   | <b>30 minutos</b> |
| Actividad de Evaluación UA 02  | <b>1 hora</b>     |
| Tiempo total de la unidad  | <b>14 horas</b>   |
| <p><b>Unidad 3: Facebook.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué es Facebook?</li> <li>• Registro. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Perfil de usuario vs página de negocio.</li> <li>○ Copia de seguridad de tu perfil en Facebook.</li> <li>○ Comienza a utilizar Facebook.</li> <li>○ ¿Qué está pasando?</li> <li>○ Los errores.</li> <li>○ La privacidad en tu perfil.</li> <li>○ Privacidad y las imágenes.</li> </ul> </li> <li>• Facebook como herramienta de marketing. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La publicidad dentro de Facebook I.</li> <li>○ La publicidad dentro de Facebook II.</li> <li>○ Informes y estadísticas.</li> <li>○ La creación de contenidos y la gestión de la comunidad en Facebook.</li> </ul> </li> </ul> |                   |
| Cuestionario de Autoevaluación UA 03   | <b>30 minutos</b> |
| Actividad de Evaluación UA 03  | <b>1 hora</b>     |
| Tiempo total de la unidad  | <b>10 horas</b>   |
| <p><b>Unidad 4: Las redes de las imágenes.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pinterest. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ¿Cómo funciona Pinterest?</li> <li>○ Configuración del perfil.</li> <li>○ Buenas prácticas en Pinterest.</li> <li>○ La comunicación dentro de Pinterest.</li> <li>○ Pinterest para profesionales y empresas.</li> <li>○ Páginas de empresa.</li> </ul> </li> <li>• Utilidades de Pinterest para las empresas.</li> <li>• Youtube. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Factores de éxito.</li> <li>○ Bienvenido a mi canal.</li> <li>○ Youtube para profesionales y empresas.</li> <li>○ La publicidad I.</li> <li>○ La publicidad II.</li> </ul> </li> <li>• Estrategia de Instagram.</li> </ul>                        |                   |

|   |                   |
|---|-------------------|
| Cuestionario de Autoevaluación UA 04  | <b>30 minutos</b> |
| Actividad de Evaluación UA 04   | <b>1 hora</b>     |
| Tiempo total de la unidad   | <b>10 horas</b>   |
| <p><b>Unidad 5: Social media marketing.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Campañas en las redes sociales. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Marketing en las redes sociales.</li> <li>○ Aspectos a tener en cuenta en el Marketing en Redes Sociales.</li> </ul> </li> <li>• La comunicación viral. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Características de la información transmitida a través del marketing viral.</li> <li>○ Estrategias de comunicación viral.</li> </ul> </li> <li>• El trabajo del Community Manager. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Funciones del Community Manager.</li> <li>○ Creación de una comunidad virtual.</li> <li>○ Asimilar las críticas y aumentar la calidad de las publicaciones.</li> <li>○ Cómo debe actuar un Community Manager en una crisis de Social Media.</li> </ul> </li> <li>• Estrategia LinkedIn. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Posiciona tu empresa con LinkedIn.</li> <li>○ Organización del tiempo y contactos.</li> </ul> </li> </ul> |                   |
| Cuestionario de Autoevaluación UA 05  | <b>30 minutos</b> |
| Actividad de Evaluación UA 05   | <b>1 hora</b>     |
| Tiempo total de la unidad   | <b>10 horas</b>   |
| <p><b>Unidad 6: Aplicaciones y herramientas.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Herramientas básicas para redes sociales. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Herramientas de monitorización.</li> <li>○ Herramientas de productividad.</li> <li>○ Herramientas 2.0 para el CM.</li> </ul> </li> <li>• Análisis de las redes sociales. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Herramientas para el análisis de datos en social media.</li> </ul> </li> <li>• ROI en social media. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ A tener en cuenta para establecer el ROI.</li> <li>○ Procedimiento básico para calcular el ROI en Social Media.</li> </ul> </li> </ul>  |                   |

|                                      |                   |
|--------------------------------------|-------------------|
| Cuestionario de Autoevaluación UA 06 | <b>30 minutos</b> |
| Actividad de Evaluación UA 06        | <b>1 hora</b>     |
| Tiempo total de la unidad            | <b>10 horas</b>   |
| Examen final                         | <b>1 hora</b>     |
| <b>6 unidades</b>                    | <b>65 horas</b>   |