



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>Unidad 1: Introducción a las redes sociales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué son las redes sociales? • Historia de las redes sociales • Redes sociales como canal de comunicación <ul style="list-style-type: none"> ○ Socialmedia • Esquema de funcionamiento <ul style="list-style-type: none"> ○ Estudios sobre las redes sociales ○ Tipos de redes sociales ○ Factores comunes en las redes sociales ○ Aspectos clave de las redes sociales • Las redes sociales en una organización <ul style="list-style-type: none"> ○ Elementos de las redes sociales al servicio de una organización ○ Un altavoz para la empresa 	<p>8,5 horas</p>
<p>Cuestionario de Autoevaluación UA 01</p>	<p>30 minutos</p>
<p>Actividad de Evaluación UA 01</p>	<p>1 hora</p>
<p>Tiempo total de la unidad</p>	<p>10 horas</p>

<p>Unidad 2: Twitter, la red de microblogging.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es Twitter y cómo funciona? <ul style="list-style-type: none"> ○ Comenzar a Twittear ○ Twitter como herramienta de información ○ Configuración de la privacidad ○ Verificación de la cuenta ○ Baja del servicio • La interacción entre usuarios <ul style="list-style-type: none"> ○ Construyendo nuestro perfil en Twitter ○ Participar y retuitear ○ Quiero ser trending topic I ○ Quiero ser trending topic II • Compartir conocimiento y generar comunicación <ul style="list-style-type: none"> ○ La mención ○ La conversación ○ Prácticas habituales ○ El contenido en Twitter y/o para Twitter • Recomendaciones para el uso de Twitter <ul style="list-style-type: none"> ○ Falta de atractivo en time line ○ Mensajes automatizados • Twitter para profesionales y empresas <ul style="list-style-type: none"> ○ Twitter como herramienta de marketing ○ El canal de las marcas 	<p>13,5 horas</p>
<p>Cuestionario de Autoevaluación UA 02</p>	<p>30 minutos</p>
<p>Actividad de Evaluación UA 02</p>	<p>1 hora</p>
<p>Tiempo total de la unidad</p>	<p>15 horas</p>
<p>Unidad 3: Facebook.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es Facebook? • Registro <ul style="list-style-type: none"> ○ Perfil de usuario vs página de negocio ○ Copia de seguridad de tu perfil en Facebook ○ Comienza a utilizar Facebook ○ ¿Qué está pasando? ○ Los errores ○ La privacidad en tu perfil ○ Privacidad y las imágenes • Facebook como herramienta de marketing <ul style="list-style-type: none"> ○ La publicidad dentro de Facebook I ○ La publicidad dentro de Facebook II ○ Informes y estadísticas ○ La creación de contenidos y la gestión de la comunidad en Facebook 	<p>8,5 horas</p>
<p>Cuestionario de Autoevaluación UA 03</p>	<p>30 minutos</p>

Actividad de Evaluación UA 03	1 hora
Tiempo total de la unidad	10 horas
Unidad 4: Las redes de las imágenes.	8,5 horas
<ul style="list-style-type: none"> • Pinterest <ul style="list-style-type: none"> ○ ¿Cómo funciona Pinterest? ○ Configuración del perfil ○ Buenas prácticas en Pinterest ○ La comunicación dentro de Pinterest ○ Pinterest para profesionales y empresas ○ Páginas de empresa • Utilidades de Pinterest para las empresas • Youtube <ul style="list-style-type: none"> ○ Factores de éxito ○ Bienvenido a mi canal ○ Youtube para profesionales y empresas ○ La publicidad I ○ La publicidad II • Estrategia de Instagram 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 04	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 04	1 hora
Tiempo total de la unidad	10 horas
Unidad 5: Social media marketing.	8,5 horas
<ul style="list-style-type: none"> • Campañas en las redes sociales <ul style="list-style-type: none"> ○ Marketing en las redes sociales ○ Aspectos a tener en cuenta en el Marketing en Redes Sociales • La comunicación viral <ul style="list-style-type: none"> ○ Características de la información transmitida a través del marketing viral ○ Estrategias de comunicación viral • El trabajo del Community Manager <ul style="list-style-type: none"> ○ Funciones del Community Manager ○ Creación de una comunidad virtual ○ Asimilar las críticas, aumentar la calidad las publicaciones ○ Cómo debe actuar un Community Manager en una crisis de Social Media • Estrategia LinkedIn <ul style="list-style-type: none"> ○ Posiciona tu empresa con LinkedIn ○ Organización del tiempo y contactos 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 05	30 minutos

Actividad de Evaluación UA 05	1 hora
Tiempo total de la unidad	10 horas
Unidad 6: Aplicaciones y herramientas.	8,5 horas
<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas básicas para redes sociales <ul style="list-style-type: none"> ○ Herramientas de monitorización ○ Herramientas de productividad ○ Herramientas 2.0 para el CM • Análisis de las redes sociales <ul style="list-style-type: none"> ○ Herramientas para el análisis de datos en social media • ROI en social media <ul style="list-style-type: none"> ○ A tener en cuenta para establecer el ROI ○ Procedimiento básico para calcular el ROI en Social Media 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 06	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 06	1 hora
Tiempo total de la unidad	10 horas
6 unidades didácticas	65 horas

Tiempo del curso

El curso precisa un tiempo de estudio de 35 horas, englobando el tiempo dedicado a la lectura de las pantallas entre otros conceptos, siendo un total de 86 pantallas las que componen la presente acción formativa.

Por otro lado, contamos con un tiempo de realización de 30 horas, el cual implica la realización de las 22 actividades de aprendizaje que forman parte de este curso.

Por tanto, para la realización de esta acción formativa se requiere de 65 horas de formación.