



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>

Unidad 2: Twitter, la red de microblogging.

13,5 horas

- ¿Qué es Twitter y cómo funciona?
 - Comenzar a Twittear
 - Twitter como herramienta de información
 - Configuración de la privacidad
 - Verificación de la cuenta
 - Baja del servicio
- La interacción entre usuarios
 - Construyendo nuestro perfil en Twitter
 - Participar y retuitear
 - Quiero ser trending topic I
 - Quiero ser trending topic II
- Compartir conocimiento y generar comunicación
 - La mención
 - La conversación
 - Prácticas habituales
 - El contenido en Twitter y/o para Twitter
- Recomendaciones para el uso de Twitter
 - Falta de atractivo en time line
 - Mensajes automatizados
- Twitter para profesionales y empresas
 - Twitter como herramienta de marketing
 - El canal de las marcas

Cuestionario de Autoevaluación UA 02

30 minutos

Actividad de Evaluación UA 02

1 hora

Tiempo total de la unidad

15 horas

Unidad 3: Facebook.	8,5 horas
<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	
Cuestionario de Autoevaluación UA 03	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 03	1 hora
Tiempo total de la unidad	10 horas

Unidad 4: Las redes de las imágenes.

8,5 horas

- Pinterest
 - ¿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
 - 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

<p>Unidad 5: Social media marketing.</p> <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 y aumentar la calidad de 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 	<p>8,5 horas</p>
<p>Actividad de Evaluación UA 05</p>	<p>1 hora</p>
<p>Tiempo total de la unidad</p>	<p>10 horas</p>
<p>Cuestionario de Autoevaluación UA 05</p>	<p>30 minutos</p>

Unidad 6: Aplicaciones y herramientas.

8,5 horas

- Herramientas básicas para redes sociales
 - Herramientas de monitorización
 - Herramientas de productividad
 - Herramientas 2.0 para el CM
- Análisis de las redes sociales
 - Herramientas para el análisis de datos en social media
- ROI en social media
 - 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