



Guía Didáctica

Redes Sociales

Objetivos

□ **General**

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

□ **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
	Módulo 1
10 h	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 1: Introducción a las Redes Sociales. <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué son las Redes Sociales? • Historia de las Redes Sociales. • Redes Sociales como canal de comunicación. • Esquema de funcionamiento. • Las Redes Sociales en una organización.
	Módulo 2
10 h	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 1: Twitter, la red de microblogging <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es Twitter y cómo funciona? • La interacción entre usuarios. • La Comunicación dentro de Twitter. • Recomendaciones para el uso de Twitter. • Twitter para Profesionales y Empresas.
	Módulo 3
10 h	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 1: Facebook. <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es Facebook? • ¿Cómo funciona Facebook?
	Módulo 4
10 h	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 1: Las redes de las imágenes. <ul style="list-style-type: none"> • Pinterest. • Youtube.

	Módulo 5
15 h	<ul style="list-style-type: none">□ Unidad 1: Social media marketing.<ul style="list-style-type: none">• Campañas en las redes sociales.• La comunicación viral.• Un nuevo espacio de promoción para productos y servicios.• El trabajo del Community Manager.
	Módulo 6
10 h	<ul style="list-style-type: none">□ Unidad 1: Aplicaciones y Herramientas.<ul style="list-style-type: none">• Herramientas básicas para redes sociales.• Analítica y estadísticas.• El ROI en Social Media.
65 horas	6 Módulos y 6 Unidades