

### Título del Curso:

## Redes Sociales y Empresa

### Especificaciones:

- Modalidad: E-LEARNING
- Requisitos Mínimos: No Requeridos
- Duración: 40 horas.



### Objeto:

Con este, el alumno adquirirá los conocimientos y habilidades necesarias para un manejo de las redes sociales y de los servicios 2.0. y su aplicación a la empresa. Para ello, el curso tiene los siguientes objetivos:

- ✓ Analizar los diferentes conceptos básicos relacionados con las redes sociales, comunidad, cultura, identidad y reputación.
- ✓ Indagar al respecto de la privacidad y los buenos hábitos en torno a la utilización de las redes sociales
- ✓ Comprender las redes sociales como un lugar propicio para el encuentro y la socialización en Internet
- ✓ Explicar los orígenes, la historia y la historia reciente entorno las redes sociales
- ✓ Analizar el concepto de web 2.0
- ✓ Conocer los principales medios 2.0, como son los blogs, las wikis o los foros
- ✓ Indagar y diferenciar las redes sociales horizontales y verticales así como las de contenido
- ✓ Analizar las cifras globales de utilización de las nuevas tecnologías.
- ✓ Conocer los términos básicos relacionados con el marketing digital
- ✓ Indagar al respecto del nuevo valor de marca así como de su posicionamiento
- ✓ Analizar el marketing viral y sus factores en cuanto a la comunicación, participación y viralidad
- ✓ Determinar la estrategia a seguir en el marketing en redes sociales analizando el marketing social dentro del marketing mix.
- ✓ Indagar al respecto de la segmentación en la publicidad, la analítica web o el glosario de términos utilizados en la publicidad en social media
- ✓ Aprender a publicitarse y a conseguir seguidores en las redes sociales
- ✓ Realizar una introducción a Google analytics así como un análisis de las redes sociales en relación a la publicidad.
- ✓ Analizar ejemplos de campañas en social media relacionados con la moda, la ropa deportiva y el material de oficina
- ✓ Analizar ejemplos de campañas en social media relacionados con las bebidas y los productos alimentarios
- ✓ Analizar las tendencias esperadas para el futuro de los medios sociales
- ✓ Valorar los aspectos de simplicidad usabilidad y privacidad de las tendencias de futuro de los medios sociales

### A quien va dirigido:

Este curso está dirigido a cualquier persona que quiera conocer las redes sociales aplicadas a la empresa, ya sea empleado o empresario, sin necesidad de conocimientos previos en redes sociales u otro tipo de herramientas de promoción.

### Temario:

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LOS CONCEPTOS DE RED SOCIAL, COMUNIDAD, CULTURA, IDENTIDAD Y REPUTACIÓN.**

1. Conceptos básicos.
2. La privacidad en las redes sociales.
3. Buenos hábitos en el uso de redes sociales.
4. Las redes sociales como lugar de encuentro y socialización en Internet.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS SOCIALES.**

1. Orígenes de las redes sociales.
2. Historia de las redes sociales.
3. Historia reciente de las redes sociales.
4. ¿Qué es la Web 2.0?

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRINCIPALES MEDIOS 2.0, REDES SOCIALES HORIZONTALES Y VERTICALES.**

1. Blogs.
2. Wikis.
3. Foros.
4. Redes sociales horizontales.
5. Redes sociales verticales.
6. Redes de contenido.
7. Cifras globales de uso de Nuevas tecnologías.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. REDES SOCIALES Y TELEFONÍA MÓVIL.**

1. Navegar en teléfonos inteligentes.
2. Estadísticas alrededor de los teléfonos inteligentes y tablets.
3. A dónde se dirige el mercado.
4. Redes sociales en teléfonos inteligentes.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTRODUCCIÓN AL MARKETING EN REDES SOCIALES: CÓMO PUEDE AYUDAR EL SMM A LA EMPRESA.**

1. Conceptos básicos sobre el marketing digital.
2. El nuevo valor de marca y su posicionamiento.
3. Marketing viral: comunicación, participación, viralidad.
4. La estrategia: el marketing social dentro del marketing mix.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. PUBLICIDAD EN SOCIAL MEDIA.**

1. Segmentación en la publicidad.
2. Publicitarse y conseguir seguidores en las redes sociales.
3. Qué es la analítica web.
4. Glosario de términos.

5. Introducción a Google Analytics.
6. La analítica en las redes sociales.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. EJEMPLOS DE CAMPAÑAS EN SOCIAL MEDIA**

1. Ejemplo de campaña de moda.
2. Ejemplo de campaña material de oficina.
3. Ejemplo de campaña de bebidas.
4. Ejemplo de campaña productos alimentarios.
5. Ejemplo de campaña ropa deportiva.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. TENDENCIAS: EL FUTURO DE LOS MEDIOS SOCIALES.**

1. Cloud computing, servicios en la nube.
2. Simplicidad. Usabilidad.
3. Privacidad.