



REDES SOCIALES

SKU: PD219

Horas [65](#)

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

- 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.

CONTENIDO

Unidad 1: Introducción a las redes sociales.

- ¿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.

Unidad 2: Twitter, la red de microblogging

- ¿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.

Unidad 3: Facebook.

- ¿Qué es Facebook?
- ¿Cómo funciona Facebook?
- Facebook como herramienta de marketing

Unidad 4: Las redes de las imágenes.

- Pinterest.
- Estrategia de Pinterest.
- Youtube.
- Estrategia de Instagram.

Unidad 5: Social media marketing.

- Campañas en las redes sociales.
- La comunicación viral.
- El trabajo del Community Manager.
- Estrategia de LinkedIn.
- Estrategia de Google+

Unidad 6: Aplicaciones y Herramientas.

- Herramientas básicas para redes sociales.
- Análisis de las redes sociales.
- ROI en Social Media.