

REDES Y MEDIOS SOCIALES

SKU: 3529-32_V2

Horas 50

OBJETIVOS

• Diferenciar entre web 2.0 y Branding 2.0.
• Conocer las características, perfiles y tipos de redes sociales.
• Distinguir entre las RRSS generalistas, profesionales, microblogging y de contenidos.
• Estudiar las RRSS de contenidos: Youtube e Instagram.
• Conocer las características, tipología, formatos, tipos de entradas y su estructura de un post en un blogs.
• Diferenciar entre los dos gestores de blogs más utilizados: Blogger y WordPress.
• Identificar las dos modalidades de foros online y offline, y sus ventajas y desventajas asociadas.
• Diferenciar entre Social Media Manager y Community Manager.
• Evitar caer en los errores que pueden producir los medios sociales
• Conocer el código deontológico del profesional del Social Media.
• Estudiar las herramientas del Community Manager.
• Conocer el significado del Plan Social Media (PSM).
• Identificar los diferentes planes que confluyen en el PSM.
• Diferenciar entre las cuatro fases del PSM: Análisis, Planificación, Implementación y Análisis y Monitorización.

CONTENIDO

UD1.Redes sociales

1. Introducción a las redes sociales

2. Web 2.0.

3. Branding 2.0: Construyendo marcas

4. Características de las RRSS

5. El perfil del usuario de RRSS

6. Tipología de RRSS

6.1. RRSS Generalistas: Facebook

6.2. RRSS Profesionales: LinkedIn

6.3. RRSS Microblogging: Twitter

6.4. RRSS de Contenidos: Youtube e Instagram

6.4.1. Youtube

6.4.2. Instragram

UD2.Blogs y foros

1. Blogs

1.1. Características

1.2. Tipología de los blogs

1.3. Formatos

1.4. Tipos de entradas

1.5. Estructura de un post

1.6. Características de la redacción 2.0

1.7. Gestión de blogs: conceptos básicos

1.8. CMS: Blogger vs. WordPress

1.8.1. Blogger

1.8.2. WordPress

1.8.3. Análisis de los resultados

1.8.4. La mejor opción: Blogger o wordpress

2. Foros

2.1. Moderación y administración de un foro virtual

UD3.Social Media Manager VS Community manager

1. Social Media Manager

2. Community Manager

3. Errores a evitar en medios sociales

4. Código Deontológico del profesional del Social Media

5. Herramientas del Community Manager

UD4.Social Media Plan

1. Social Media Plan

1.1. Fase de Análisis

1.2. Fase de Planificación

1.3. Fase de Implementación

1.4. Fase de Análisis y Monitorización

1.5. Gestión de crisis en RRSS