

Redes Sociales

Código del curso: PD219

Horas: 65

Descripción del curso:

Acerca de este curso

Cod: PD219

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.

¿Qué aprenderás?

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

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.