

# REDES SOCIALES Y EMPRESA

ADGG071PO / 40 HORAS



## OBJETIVOS

### Objetivos generales

- Los/as participantes estudiarán los conceptos clave para desarrollar y entender las diferentes acciones de comunicación en redes sociales.
- Conocer las principales formas de promoción en internet que existen en la actualidad.



**100% FORMACIÓN Bonificada**  
PLAZAS LIMITADAS.

**Curso online Gratuito**  
Para Trabajadores y Autónomos

Reserva tu plaza en el Tlf. 950 27 09 90 o [formacion@ruano.com](mailto:formacion@ruano.com)

Ruano Formación SL · Ctra. Sierra Alhamilla, 98 · 04007 · Almería

## Objetivos específicos

- Conocer la evolución de Internet, desde su nacimiento hasta nuestros días.
- Cuantificar cómo ha influido en el mundo de la publicidad.
- Valorar el uso actual que se hace en España de Internet.
- Conocer las diferencias entre Web 1.0 y 2.0.
- Conocer qué son las comunidades virtuales, redes sociales y las diferencias de cada una de ellas.
- Describir los nuevos perfiles profesionales que se han creado en torno a los cambios experimentados por Internet.
- Conocer las principales redes sociales y sus características.
- Conocer las ventajas e inconvenientes de cada una de ellas.
- Identificar técnicas para conseguir seguidores.
- Conocer casos de éxito y de fracaso en redes sociales.
- Navegar por la red a través de un teléfono móvil y tablets.
- Análisis de todo lo que gira alrededor de los teléfonos inteligentes.
- Visualizar hacia dónde se dirige el mercado.
- Utilizar las redes sociales a través de un teléfono móvil.
- Diferenciar marketing digital y tradicional.
- Conocer qué son marketing relacional y viral.
- Describir el marketing mix y su evolución con Internet.
- Establecer el alcance de la analítica web.
- Conocer algunos términos relacionados con la analítica.
- Identificar la visión general de Google Analytics como principal herramienta.
- Describir cómo realizar analítica en las redes sociales.
- Identificar las utilidades básicas para campañas publicitarias en redes sociales existentes.
- Comparar campañas publicitarias en social media de diversos tipos de productos.
- Analizar las estrategias utilizadas en las redes sociales para las campañas social media.
- Dar a conocer al alumno o alumna el entorno del cloud computing.
- Conocer cómo se organiza y funciona.
- Conocer cuáles son sus niveles y tipologías.
- Saber cuál ha sido la historia y evolución del cloud hasta hoy.
- Descubrir sus ventajas e inconvenientes.
- Vislumbrar los cambios y las oportunidades que crea.

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

## **Unidad didáctica 1: Introducción a los conceptos de red social, comunidad, identidad y reputación.**

Introducción y objetivos.

### 1. Conceptos básicos.

#### 1.1. Comunicación.

1.1.1. La era de la conversación digital.

1.1.2. ¿Qué es la comunicación?

#### 1.2. Comunidad virtual.

1.2.1. Definición.

1.2.2. Objetivos.

1.2.3. Tipos.

1.2.4. ¿Qué beneficios aporta?

#### 1.3. Red social.

1.3.1. ¿Qué es una red social?

1.3.2. La teoría de los 6 grados de separación.

1.3.3. Definición.

#### Ejercicio 1

1.4. Cultura digital.

1.5. Identidad digital.

1.6. Reputación.

#### Ejercicio 2

### 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.

4.1. Introducción.

4.2. Tipos de redes sociales.

## **Unidad didáctica 2: Evolución de los medios sociales.**

Introducción y objetivos.

1. Orígenes de las redes sociales.
2. Historia de las redes sociales.
  - 2.1. Introducción.
  - 2.3. Primeras redes sociales.
3. Historia reciente de las redes sociales.
4. ¿Qué es la Web 2.0?
  - 4.1. La Web 2.0.
  - 4.2. El Término Web 2.0 según Tim O'Really.
  - 4.3. El manifiesto Cluetrain.

## **Unidad didáctica 3: Principales medios 2.0, redes sociales horizontales y verticales.**

Introducción y objetivos.

1. Blogs.
2. Wikis.
3. Foros.
4. Clasificación de Redes sociales.
  - 4.1. Introducción.
  - 4.2. Tipos de redes sociales.
  - 4.3. Redes horizontales vs verticales.
  - 4.4. Redes sociales más utilizadas.
5. Redes sociales horizontales.
  - 5.1. Facebook.
    - 5.1.1. Perfil personal, perfil de empresa y grupos.
    - 5.1.2. Campañas de anuncios patrocinados.
  - 5.2. Twitter.
  - 5.3. Google Plus.
  - 5.4. YouTube.
  - 5.5. Instagram.
  - 5.6. Pinterest.
  - 5.7. WhatsApp.

- 5.8. Botones sociales y agregadores de noticias.
- 6. Redes sociales verticales.
  - 6.1. Definición y clasificación.
  - 6.2. LinkedIn.
- 7. Redes de contenido.
- 8. Cifras globales de uso de Nuevas tecnologías.

## **Unidad didáctica 4: Redes sociales y telefonía móvil.**

Introducción y objetivos.

- 1. Navegar en teléfonos inteligentes.
  - 1.1. Introducción.
  - 1.2. Los teléfonos inteligentes.
  - 1.3. Los problemas de la navegación con móviles.
  - 1.4. Pautas para la navegación con móviles.
    - 1.4.1. Introducción.
    - 1.4.2. Elección de una solución.
    - 1.4.3. Diseño.
    - 1.4.4. Estructura y presentación.
    - 1.4.5. Interacción.
    - 1.4.6. Contenido.
    - 1.4.7. Configuración de usuario.
  - 1.5. La consolidación de las APPs vs webs para móvil.
  - 1.6. Navegadores móviles.
- 2. Estadísticas alrededor de los teléfonos inteligentes y tablets.
  - 2.1. Introducción.
  - 2.2. Datos actualizados a primer trimestre de 2014.
  - 2.3. Tabletetas.
  - 2.4. Datos de España.
- 3. A dónde se dirige el mercado.
  - 3.1. El mercado en la actualidad.
  - 3.2. ¿Qué nos depara el futuro?

#### 4. Redes sociales en teléfonos inteligente.

4.1. Introducción.

4.2. El uso de redes sociales en smartphones en España.

### **Unidad didáctica 5: Introducción al marketing en redes sociales: cómo puede ayudar el SMM a la empresa.**

Introducción y objetivos.

#### 1. Conceptos básicos sobre el marketing digital.

1.1. Introducción.

1.2. El marketing tradicional.

1.3. Principios del nuevo marketing.

#### 2. El nuevo valor de la marca y su posicionamiento.

2.1. Definición.

2.2. Aspectos vinculados.

2.3. El enfoque fundamental.

#### 3. Principio del marketing relacional.

3.1. Introducción.

3.2. Customer Relationship Management? CRM.

3.3. Influencias sobre el marketing relacional y las soluciones CRM.

#### 4. Marketing viral: comunicación, participación, viralidad.

4.1. Introducción.

4.2. Claves de su éxito.

#### 5. La estrategia: el marketing social dentro del marketing mix.

5.1. Definición.

5.2. Consultoría en red.

### **Unidad didáctica 6: Publicidad en Social Media.**

Introducción y objetivos.

#### 1. Segmentación en la publicidad.

1.1. Introducción.

1.2. Ventajas de la publicidad online.

1.3. Actores principales del mercado publicitario online.

- 1.4. Los internautas en España.
  - 1.4.1. Introducción.
  - 1.4.2. El auge del móvil.
  - 1.4.3. Las ventas por Internet.
  - 1.4.4. La publicidad digital.
- 2. Publicitarse y conseguir seguidores en las redes sociales.
- 3. ¿Qué es la analítica web?
  - 3.1. Introducción.
  - 3.2. La irrupción del Social Media.
  - 3.3. Métricas fundamentales y otros parámetros.
  - 3.4. Medición de resultados cualitativos.
  - 3.5. Del ROI al ROR.
- 4. Glosario de términos.
- 5. Introducción a Google Analytic.
  - 5.1. Introducción.
  - 5.2. Pasos a seguir.
- 6. La analítica en las redes sociales.
  - 6.1. Introducción.
  - 6.2. Métricas para monitorizar la actividad.
  - 6.3. Las estadísticas de Facebook.
  - 6.4. Las estadísticas de Twitter.

## **Unidad didáctica 7: Ejemplos de campañas en Social Media.**

Introducción y objetivos.

- 1. Ejemplo de campaña de moda.
- 2. Ejemplo de campaña material de oficina.
  - 2.1. LinkedIn.
  - 2.2. Marketing social.
- 3. Ejemplo de campaña de bebidas.
  - 3.1. Vídeos virales.
  - 3.2. Twitter.

#### 4. Ejemplo de campaña productos alimentarios.

4.1. Campañas online.

4.2. Otras estrategias.

#### 5. Ejemplo de campaña ropa deportiva.

5.1. Campaña Adidas.

5.2. Redes sociales.

### **Unidad didáctica 8: Tendencias: el futuro de los medios sociales.**

Introducción y objetivos.

#### 1. Cloud computing: servicios en la nube.

1.1. ¿Qué es?

1.2. Los servicios de hospedaje.

1.3. Modo de trabajo y funcionamiento.

1.4. Tecnologías de virtualización.

1.4.1. Introducción.

1.4.2. Escalabilidad.

1.4.3. Tipos de virtualización.

1.5. Niveles de programación.

#### 2. Simplicidad. Usabilidad.

2.1. Introducción.

2.2. Ventajas.

2.3. Inconvenientes.

#### 3. Privacidad. Tipos de Cloud.

3.1. Tipos de Cloud.

3.2. Nube pública.

3.3. Nube privada.

3.4. Nube híbrida.