



REDES SOCIALES Y EMPRESA

DURACIÓN: 30 horas

CRÉDITOS ECTS: 0

OBJETIVOS

- Afianzar 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.

PROGRAMA CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN A LOS CONCEPTOS DE RED SOCIAL, COMUNIDAD, CULTURA, IDENTIDAD Y REPUTACIÓN

1.1. Historia de Internet.

1.2. La publicidad en Internet: de la publicidad off-line a la publicidad on-line.

2. EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS SOCIALES

2.1. ¿Qué es la Web 2.0? De la Web 1.0 a la Web 2.0.

2.2. El impacto en los modelos de comunicación. La era de la conversación digital.

2.3. Comunidades virtuales. Definición, características y fundamentos.

2.4. Las redes sociales como nuevo medio. Definición y características. Diferencias entre comunidad virtual y red social.

3. PRINCIPALES MEDIOS 2.0, HORIZONTALES Y VERTICALES

3.1. Clasificación de las redes sociales.

3.2. Facebook.

3.3. Twitter.

3.4. Google Plus.

3.5. YouTube.

3.6. LinkedIn.

3.7. Otras plataformas sociales: Instagram, pinterest, Whatsapp.

3.8. Las redes sociales como medio publicitario.

3.9. ¿Cómo conseguir seguidores?

3.10. Casos de Éxito.

4. REDES SOCIALES Y TELEFONÍA MÓVIL

4.1. Navegar en teléfonos inteligentes.

4.2. Estadísticas alrededor de los teléfonos inteligentes y tablets.

4.3. A Dónde se dirige el mercado.

4.4. Redes sociales en teléfonos inteligentes.

4.5. Introducción.

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

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

- 5.1. Conceptos básicos sobre el marketing digital.
- 5.2. El nuevo valor de marca y su posicionamiento.
- 5.3. Principios del marketing relacional.
- 5.4. Marketing viral: comunicación, participación, viralidad.
- 5.5. La estrategia: el marketing social dentro del marketing mix.

6. PUBLICIDAD EN SOCIAL MEDIA

- 6.1. Qué es la analítica web.
- 6.2. Glosario de términos.
- 6.3. Introducción a Google Analytics.
- 6.4. La analítica en redes sociales.

7. EJEMPLOS DE CAMPAÑAS EN SOCIAL MEDIA

- 7.1. Ejemplo de campaña de moda.
- 7.2. Ejemplo de campaña material de oficina.
- 7.3. Ejemplo de campaña de bebidas.
- 7.4. Ejemplo de campaña productos alimentarios.
- 7.5. Ejemplo de campaña ropa deportiva.
- 7.6. Ejemplo de campaña de concienciación social.
- 7.7. Los más recientes éxitos en Marketing Social Media.

8. TENDENCIAS: EL FUTURO DE LOS MEDIOS SOCIALES

8.1. ¿Qué es?

8.2. Los servicios de hospedaje.

8.3. Modo de trabajo y funcionamiento.

8.4. Tecnologías de virtualización.

8.5. Niveles de programación.

8.6. Tipos de Cloud.

8.7. Historia.

8.8. Ventajas e inconvenientes.

8.9. Nuevas oportunidades.