

ADGG071PO REDES SOCIALES Y EMPRESA

SKU: EVOL-6478-iNO-B | **Categorías:** [INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES](#), [Redes Sociales](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [40](#)

Acreditado por Universidad [NO](#)

Créditos ECTS [0](#)

Más información [CONTENIDO ADAPTADO A CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

Este Curso ADGG071PO REDES SOCIALES Y EMPRESA le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Administración y gestión. Con este CURSO ADGG071PO REDES SOCIALES Y EMPRESA el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para un manejo práctico de las redes sociales y de los servicios 2.0. y su aplicación a la empresa.

Contenidos

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

1. Conceptos básicos.
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.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS SOCIALES.

1. Orígenes de las redes sociales.
2. Historia de las redes sociales.
3. Historia reciente de las redes sociales.
4. ¿Qué es la Web 2.0?



UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRINCIPALES MEDIOS 2.0, REDES SOCIALES HORIZONTALES Y VERTICALES.

1. Blogs.
2. Wikis.
3. Foros.
4. Redes sociales horizontales.
5. Redes sociales verticales.
6. Redes de contenido.
7. Cifras globales de uso de Nuevas tecnologías.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. REDES SOCIALES Y TELEFONÍA MÓVIL.

1. Navegar en teléfonos inteligentes.
2. Estadísticas alrededor de los teléfonos inteligentes y tablets.
3. A dónde se dirige el mercado.
4. Redes sociales en teléfonos inteligentes.

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

1. Conceptos básicos sobre el marketing digital.
2. El nuevo valor de marca y su posicionamiento.
3. Marketing viral: comunicación, participación, viralidad.
4. La estrategia: el marketing social dentro del marketing mix.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PUBLICIDAD EN SOCIAL MEDIA.

1. Segmentación en la publicidad.
2. Publicitarse y conseguir seguidores en las redes sociales.
3. Qué es la analítica web.
4. Glosario de términos.
5. Introducción a Google Analytics.
6. La analítica en las redes sociales.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EJEMPLOS DE CAMPAÑAS EN SOCIAL MEDIA

1. Ejemplo de campaña de moda.
2. Ejemplo de campaña material de oficina.
3. Ejemplo de campaña de bebidas.
4. Ejemplo de campaña productos alimentarios.
5. Ejemplo de campaña ropa deportiva.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TENDENCIAS: EL FUTURO DE LOS MEDIOS SOCIALES.

1. Cloud computing, servicios en la nube.
2. Simplicidad. Usabilidad.
3. Privacidad.



