Guía didáctica

Curso de Redes Sociales y Marketing 2.0

INTRODUCCIÓN

A lo largo de este curso, el alumnado aprenderá a diferenciar las características del entorno 2.0, la nueva comunicación online y el impacto de las redes sociales y todas las posibilidades que nos ofrecen para proyectar la imagen/marca a través de la web social. Además de gestionar la imagen de su empresa en internet a través de las redes sociales y adecuar los contenidos para internet, en base a las necesidades de los usuarios. Y, finalmente, establecer objetivos de comunicación en redes sociales y elaborar un plan de comunicación y su implementación.

OBJETIVOS

- Diferenciar las características del entorno 2.0, la nueva comunicación online y el impacto de las redes sociales y todas las posibilidades que nos ofrecen para proyectar la imagen/marca a través de la web social.
- Gestionar la imagen de su empresa en internet a través de las redes sociales y adecuar los contenidos para internet, en base a las necesidades de los usuarios. Finalmente establecer objetivos de comunicación en redes sociales y elaborar un plan de comunicación y su implementación.

CONTENIDO FORMATIVO

	Curso de Redes Sociales y Marketing 2.0	250 horas
	MÓDULO I: **Redes sociales y marketing 2.0**	**55**
UA1	**El protocolo en la empresa y el plan de marketing digital** • El protocolo en la empresa • Concepto de protocolo • Tipos de protocolo • Protocolo en la empresa • El protocolo de la comunicación • Componentes básicos del protocolo de redes sociales • El plan de marketing digital o Análisis de la situación. El entorno externo • Análisis de la situación. DAFO • Análisis de la posición en el mercado de la empresa • Definición del público objetivo • Definición de objetivos • Establecer un presupuesto • Desarrollo de una propuesta de marketing digital. Estrategias didácticas	9,45
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	0,75
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**11**
UA2	**Relaciones públicas y marketing** • La relación entre las relaciones públicas y el marketing • Introducción a las relaciones públicas • La publicidad y la web • El marketing unidireccional de la institución • Marketing de atracción • Antiguas normas del marketing • Las relaciones públicas y la prensa • Antiguas normas de las relaciones públicas • Nuevas normas del marketing y de las relaciones públicas • Las relaciones públicas 2.0	7,75
	Cuestionario de autoevaluación	0,5

	Curso de Redes Sociales y Marketing 2.0	250 horas
	Actividad de evaluación	0,75
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**9**
UA3	**La figura del community manager** • La figura del community manager • ¿Qué es un community manager y de qué se encarga? • Funciones y responsabilidades de un community manager • Habilidades, aptitudes y actitudes de un community manager • La formación del community manager • Herramientas de un community manager • Los objetivos de un community manager • Tipos de community manager • El papel del community manager dentro de la empresa	7,75
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	0,75
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**9**
UA4	**Redes sociales y web 2.0** • Medios sociales y redes sociales • Clasificación de los medios sociales • Blogs o Softwares y herramientas para blogs • Microblogging • Twitter • Wikis • Podcasts • Plataformas de fotografía • Instagram • Pinterest • Plataformas de vídeo • Youtube • Vimeo • Snapchat e ig stories • Plataformas de mensajería • Whatsapp • Facebook. La red social integradora • LinkedIn. La red social profesional	**14,75**

	Curso de Redes Sociales y Marketing 2.0	250 horas
	• La cara b del uso de redes sociales en estrategias profesionales	
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	0,75
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**16**
UA5	**Estrategias de marketing 2.0** • Del marketing tradicional al marketing 2.0 • El marketing digital • Estrategias de marketing digital • Marketing de contenidos • E-mail marketing • Publicidad en redes sociales • Posicionamiento web • SEO • SEM y Google Adwords • Marketing experiencial online • El consumidor como prescriptor • Marketing de influencers • Marketing viral	**8,75**
	Cuestionario de autoevaluación	**0,5**
	Actividad de evaluación	**0,75**
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**10**
	MÓDULO II: **Recursos web 2.0**	**40**
UA1	**Las redes sociales en el aula** • Introducción a las social media y la web 2.0 • Las redes sociales y su aplicación en el aula • Ventajas y posibilidades del uso de las nuevas tecnologías • Dificultades en la implantación de internet y redes sociales en el aula • Ciberbullying • Psicología infantil. Teoría ecológica de Bronfebrenner • Tipos de dinámicas • Las redes sociales multimedia: funciones y tipos	**4,5**

	Curso de Redes Sociales y Marketing 2.0	250 horas
	Actividad de evaluación 1	0,5
	Actividad de evaluación 2	0,5
	Actividad de evaluación 3	0,5
	Actividad de evaluación 4	0,5
	Actividad de evaluación 5	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**7**
UA2	**Herramientas de Google** • Herramientas de Google y su aplicación en el aula • ¿Cómo hacer una cuenta de usuario de Google? • Google Drive • Acciones principales • Vistar de los elementos • Aplicación de Google Drive para PC • Gestión de contenidos en Google Drive • Colaboraciones • Revisiones • Comentarios • ¿Qué son los formularios de Google Drive? • Edición de formularios • Gestionar formularios	**9**
	Actividad de evaluación 6	**0,5**
	Actividad de evaluación 7	**0,5**
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**10**
UA3	**Almacenamiento en la nube. Dropbox** ¿Qué es Dropbox? Crear una cuenta Acceder a la cuenta La interfaz de Dropbox Compartir archivos y carpetas Instalar Dropbox en un dispositivo	**9,5**
	Actividad de evaluación 8	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**10**

	Curso de Redes Sociales y Marketing 2.0	250 horas
UA4	**Redes sociales y Google Sites** • Facebook ¿es una herramienta para el aula? • Twitter y su uso en el aula • LinkedIn. Red profesional de referencia • Creación de páginas web	**9**
	Actividad de evaluación 9	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**9,5**
	PRUEBA DE EVALUACIÓN FINAL	**0,5**
	MÓDULO III: **Redes sociales**	**60**
UA1	**Introducción a las redes sociales.** • ¿Qué son las redes sociales? • Historia de las redes sociales • Redes sociales como canal de comunicación • Socialmedia • Esquema de funcionamiento • Estudios sobre las redes sociales • Tipos de redes sociales • Factores comunes en las redes sociales • Aspectos clave de las redes sociales • Las redes sociales en una organización • Elementos de las redes sociales al servicio de una organización • Un altavoz para la empresa	7,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	1
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**9**
UA2	**Twitter, la red de microblogging.** • ¿Qué es Twitter y cómo funciona? • Comenzar a Twittear • Twitter como herramienta de información • Configuración de la privacidad o Verificación de la cuenta o Baja del servicio	12,5

	Curso de Redes Sociales y Marketing 2.0	250 horas
	• La interacción entre usuarios • Construyendo nuestro perfil en Twitter • Participar y retuitear • Quiero ser trending topic I • Quiero ser trending topic II • Compartir conocimiento y generar comunicación • La mención • La conversación • Prácticas habituales • El contenido en Twitter y/o para Twitter • Recomendaciones para el uso de Twitter • Falta de atractivo en time line • Mensajes automatizados • Twitter para profesionales y empresas • Twitter como herramienta de marketing • El canal de las marcas	
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	1
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**14**
UA3	**Facebook.** • ¿Qué es Facebook? • Registro • Perfil de usuario vs página de negocio • Copia de seguridad de tu perfil en Facebook • Comienza a utilizar Facebook • ¿Qué está pasando? • Los errores • La privacidad en tu perfil • Privacidad y las imágenes • Facebook como herramienta de marketing • La publicidad dentro de Facebook I • La publicidad dentro de Facebook II • Informes y estadísticas • La creación de contenidos y la gestión de la comunidad en Facebook	7,5

	Curso de Redes Sociales y Marketing 2.0	250 horas
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	1
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**9**
UA4	**Las redes de las imágenes.** • Pinterest • ¿Cómo funciona Pinterest? • Configuración del perfil • Buenas prácticas en Pinterest • La comunicación dentro de Pinterest • Pinterest para profesionales y empresas • Páginas de empresa • Utilidades de Pinterest para las empresas • Youtube • Factores de éxito • Bienvenido a mi canal • Youtube para profesionales y empresas • La publicidad I • La publicidad II • Estrategia de Instagram	7,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	1
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**9**
UA5	**Social media marketing.** • Campañas en las redes sociales • Marketing en las redes sociales • Aspectos a tener en cuenta en el Marketing en Redes Sociales • La comunicación viral • Características de la información transmitida a través del marketing viral • Estrategias de comunicación viral • El trabajo del Community Manager • Funciones del Community Manager • Creación de una comunidad virtual	7,5

	Curso de Redes Sociales y Marketing 2.0	250 horas
	• Asimilar las críticas y aumentar la calidad de las publicaciones • Cómo debe actuar un Community Manager en una crisis de Social Media • Estrategia LinkedIn • Posiciona tu empresa con LinkedIn • Organización del tiempo y contactos	
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	1
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**9**
UA6	**Aplicaciones y herramientas.** • Herramientas básicas para redes sociales • Herramientas de monitorización • Herramientas de productividad • Herramientas 2.0 para el CM • Análisis de las redes sociales • Herramientas para el análisis de datos en social media • ROI en social media • A tener en cuenta para establecer el ROI • Procedimiento básico para calcular el ROI en Social Media	8,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	1
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**10**
	MÓDULO IV: **Redes Sociales Profesionales. LinkedIn**	**55**
UA1	**Las redes sociales verticales y profesionales, ¿qué son y cómo funcionan?** • Redes Sociales profesionales. Características y funcionamiento. • Redes de contactos profesionales. • o ¿Cómo usan los usuarios las redes sociales de • carácter profesional? • o Las redes profesionales más utilizadas. • • Linkedin. • o Configuración del perfil y grupos. • • Viadeo.	12,5

	Curso de Redes Sociales y Marketing 2.0	250 horas
	• Bebee. • Otras redes profesionales. • Redes verticales. o La especialización máxima: Clasificación. o Ejemplos de redes verticales: I. o Ejemplos de redes verticales: II.	
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	1
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**14**

	Curso de Redes Sociales y Marketing 2.0	250 horas
UA2	**Cómo usar las redes sociales profesionales.** • El perfil profesional. Prepara tu curriculum o tarjeta virtual. • Las páginas de empresa. • Linkedin al servicio de tu empresa. • Aprovechamiento del potencial de LinkedIn de manera interna. • Aprovechamiento del potencial de LinkedIn externamente. • Páginas de empresas en LinkedIn. • Páginas de empresas en LinkedIn I: Limitaciones en su edición. • Plugins o complementos. • Eventos. • Grupos de discusión en LinkedIn. • Grupos de discusión en LinkedIn I: Cargos dentro del grupo. • Grupos de discusión en LinkedIn II: Grupos abiertos y cerrados. • Grupos de discusión en LinkedIn III: Características de los grupos. • Actividad en LinkedIn I: Configuración. • Actividad en LinkedIn II: Invitaciones y presentaciones. • Actividad en LinkedIn III: Procedimiento. • Actividad en LinkedIn IV: Recomendaciones. • Nuestro perfil en varios idiomas. • Aprende a manejar viadeo para ganar presencia en la red. • Comenzar a participar. • Registro. • Red de contactos en Viadeo. • Blog. • Recomendaciones. • Grupos. • Xing como herramienta profesional. • Registro y contactos. • Búsqueda de empleo, privacidad y grupos. • Eventos.	16,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	1
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**18**

	Curso de Redes Sociales y Marketing 2.0	250 horas
UA3	**Redes sociales profesionales y social media marketing 2.0.** • Introducción al social media marketing. • Estrategias de marketing 2.0 en redes sociales profesionales. • Estrategia y posicionamiento. • Importancia de conseguir una excelente reputación. • Posiciona tu empresa con linkedin. • Escucha activa y participación. • Abrir la página de empresa a los empleados y clientela. • Organización del tiempo y contactos. • Proactividad dentro de la red. • SEO en LinkedIn: Acciones para su realización. • SEO en LinkedIn: Palabras claves. • SEO en LinkedIn: Aptitudes. • SEO en LinkedIn: Contactos y grupos. • Solicitar y gestionar recomendaciones. • Ofertas de empleo en LinkedIn y la gestión del talento. • Los sondeos en LinkedIn. • LinkedIn al servicio de una empresa. • La publicidad en LinkedIn: Tipos de publicidad. • La publicidad en LinkedIn: Anunciar ofertas de empleo. • La publicidad en LinkedIn: Reglas básicas para un anuncio. • La publicidad en LinkedIn: Segmentación para un anuncio. • La publicidad en LinkedIn: Formato de los anuncios. • LinkedIn tallent solutions. • Las apps para LinkedIn. • Casos de éxito de empresas españolas en LinkedIn. • Cómo realizar campañas y promociones a través de viadeo. • Aplicaciones. • Viadeo recruitment. • Viadeo Social ads. • Smart. • Establece tu estrategia de negocio con xing. • Publicidad, búsquedas y reclutamiento y gestión del talento.	21,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	1
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**23**

	Curso de Redes Sociales y Marketing 2.0	250 horas
	MÓDULO V: **Redes sociales y empresa: Ventajas y uso**	**40**
UA1	**Introducción a los conceptos de red social, comunidad, cultura, identidad y reputación** • Conceptos básicos • La privacidad en las redes sociales • Buenos hábitos en el uso de redes sociales • Las redes sociales como lugar de encuentro y socialización en Internet	3,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**4**
UA2	**Evolución de los medios sociales** • Orígenes de las redes sociales • Historia de las redes sociales • Historia reciente de las redes sociales • ¿Qué es la Web 20?	4
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**5**
UA3	**Principales medios 2.0, redes sociales horizontales y verticales** • Blogs • Wikis • Foros • Redes sociales horizontales • Facebook • Twitter • Redes sociales verticales • LinkedIn • YouTube • Instagram • Pinterest • Redes de contenido • Cifras globales de uso de Nuevas tecnologías	7
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	0,5

	Curso de Redes Sociales y Marketing 2.0	250 horas
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	8
UA4	**Redes sociales y telefonía móvil** • Navegar en teléfonos inteligentes • Estadísticas alrededor de los teléfonos inteligentes y tablets • A dónde se dirige el mercado • Redes sociales en teléfonos inteligentes	3
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**4**
UA5	**Introducción al marketing en redes sociales: cómo puede ayudar el SMM a la empresa** • Conceptos básicos sobre el marketing digital • El nuevo valor de marca y su posicionamiento • Marketing viral: comunicación, participación, viralidad • La estrategia: el marketing social dentro del marketing mix	3
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**4**
UA6	**Publicidad en social media** • Segmentación en la publicidad • Publicitarse y conseguir seguidores en las redes sociales • Qué es la analítica web • Introducción a Google Analytics • La analítica en las redes sociales	4,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**5**
UA7	**Ejemplos de campañas en social media** • Ejemplo de campaña de moda • Ejemplo de campaña material de oficina • Ejemplo de campaña de bebidas • Ejemplo de campaña productos alimentarios • Ejemplo de campaña ropa deportiva	**4,5**

	Curso de Redes Sociales y Marketing 2.0	250 horas
	Cuestionario de autoevaluación	**0,5**
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**5**
UA8	**Tendencias: el futuro de los medios sociales** • Cloud computing, servicios en la nube • Simplicidad Usabilidad • Privacidad	3
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	**4**
	Prueba final de evaluación	**1**