

Redes y Medios Sociales

MODALIDAD Teleformación

DURACIÓN 50 H

OBJETIVOS

- Diferenciar entre web 2.0 y Branding 2.0.
- Conocer las características, perfiles y tipos de redes sociales.
- Distinguir entre las RRSS generalistas, profesionales, microblogging y de contenidos.
- Estudiar las RRSS de contenidos: Youtube e Instagram.
- Conocer las características, tipología, formatos, tipos de entradas y su estructura de un post en un blogs.
- Diferenciar entre los dos gestores de blogs más utilizados: Blogger y WordPress.
- Identificar las dos modalidades de foros online y offline, y sus ventajas y desventajas asociadas.
- Diferenciar entre Social Media Manager y Community Manager
- Evitar caer en los errores que pueden producir los medios sociales.
- Conocer el código deontológico del profesional del Social Media.
- Estudiar las herramientas del Community Manager.
- Conocer el significado del Plan Social Media (PSM).
- Identificar los diferentes planes que confluyen en el PSM.
- Diferenciar entre las cuatro fases del PSM: Análisis, Planificación, Implementación y Análisis y Monitorización.

CONTENIDOS

UD1. Redes sociales.

- 1.1. Introducción a las redes sociales.
- 1.2. Web 2.0.
- 1.3. Branding 2.0: Construyendo marcas.
- 1.4. Características de las RRSS.
- 1.5. El perfil del usuario de RRSS.
- 1.6. Tipología de RRSS.
 - 1.6.1. RRSS Generalistas: Facebook.

- 1.6.2. RRSS Profesionales: LinkedIn.
- 1.6.3. RRSS Microblogging: Twitter.
- 1.6.4. RRSS de Contenidos: Youtube e Instagram.

UD2. Blogs y foros.

2.1. Blogs.

- 2.1.1. Características.
- 2.1.2. Tipología de los blogs.
- 2.1.3. Formatos.
- 2.1.4. Tipos de entradas.
- 2.1.5. Estructura de un post.
- 2.1.6. Características de la redacción 2.0.
- 2.1.7. Gestión de blogs: conceptos básicos.
- 2.1.8. CMS: Blogger vs. WordPress.

2.2. Foros.

- 2.2.1. Moderación y administración de un foro virtual.

UD3. Social Media Manager VS Community manager.

- 3.1. Social Media Manager.
- 3.2. Community Manager.
- 3.3. Errores a evitar en medios sociales.
- 3.4. Código Deontológico del profesional del Social Media.
- 3.5. Herramientas del Community Manager.

UD4. Social Media Plan.

4.1. Social Media Plan.

- 4.1.1. Fase de Análisis.
- 4.1.2. Fase de Planificación.
- 4.1.3. Fase de Implementación.
- 4.1.4. Fase de Análisis y Monitorización.
- 4.1.5. Gestión de crisis en RRSS.