

Redes y Medios Sociales

Familia profesional: Marketing Digital

Modalidad: Teleformación

Duración: 35 horas

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. Introducción a las redes sociales
2. Web 2.0.
3. Branding 2.0: Construyendo marcas
4. Características de las RRSS
5. El perfil del usuario de RRSS
6. Tipología de RRSS
 - 6.1. RRSS Generalistas: Facebook
 - 6.2. RRSS Profesionales: LinkedIn
 - 6.3. RRSS Microblogging: Twitter
 - 6.4. RRSS de Contenidos: Youtube e Instagram

6.4.1. Youtube

6.4.2. Instagram

UD2.Blogs y foros

1. Blogs

1.1. Características

1.2. Tipología de los blogs

1.3. Formatos

1.4. Tipos de entradas

1.5. Estructura de un post

1.6. Características de la redacción 2.0

1.7. Gestión de blogs: conceptos básicos

1.8. CMS: Blogger vs. WordPress

1.8.1. Blogger

1.8.2. WordPress

1.8.3. Análisis de los resultados

1.8.4. La mejor opción: Blogger o wordpress

2. Foros

2.1. Moderación y administración de un foro virtual

UD3.Social Media Manager VS Community manager

1. Social Media Manager

2. Community Manager

3. Errores a evitar en medios sociales

4. Código Deontológico del profesional del Social Media

5. Herramientas del Community Manager

UD4.Social Media Plan

1. Social Media Plan

1.1. Fase de Análisis

1.2. Fase de Planificación

1.3. Fase de Implementación

1.4. Fase de Análisis y Monitorización

1.5. Gestión de crisis en RRSS

Información específica

“Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad”

Fecha de inicio y fecha de fin: Los cursos podrán comenzar cualquier día de la semana, ya que se imparten en la modalidad de teleformación. La fecha de fin dependerá de número de horas lectivas diarias que se programen.

Metodología: La METODOLOGÍA ONLINE propuesta se ajusta a las características y necesidades de cada alumno/a, combinando las metodologías de enseñanza programada y de trabajo autónomo del alumnado con el asesoramiento de un/a formador/a especializado y mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, creando un entorno de aprendizaje activo, próximo y colaborativo en el Campus Virtual.

Requisitos de acceso: Para cursar esta formación no es necesario ningún requisito previo de acceso.

Material necesario para el desarrollo de la formación: El material didáctico objeto fundamental del proceso de enseñanza, será puesto a disposición del alumno en el Campus de manera ordenada y en los formatos más idóneos para ajustarlos a las especificaciones del curso. El alumno debe trabajarlos de manera autónoma dedicando un tiempo que dependerá de las necesidades individualizadas del alumno. Las actividades y casos prácticos buscan consolidar el proceso formativo de los alumnos poniendo en práctica lo aprendido sobre las disciplinas del programa cursado.

Evaluación: Para la obtención del correspondiente diploma o certificado de asistencia el/la alumno/a deberá realizar al menos el 75 por ciento de los controles periódicos de seguimiento.

Medios de contacto: Puede consultar sus dudas por teléfono (930 160 363) o por correo electrónico (didactic@didacticformacion.com)

Acreditación de los docentes: Los docentes de este curso cumplen con las prescripciones que se determinan en los certificados de profesionalidad que son similares a los contenidos de esta acción formativa.

Precio del curso: El precio final del curso, incluidos todos los conceptos, es de 7,5 € por hora. Se abonará en dos plazos, el primero antes de comenzar el curso y el segundo a su finalización. Cuando se abone el primer plazo se le dará acceso al alumno a la plataforma de teleformación.

Precio del curso bonificado: 7,5 €/h + 20% empresas de 1 hasta 5 trabajadores, 15% empresas de 6 a 9 trabajadores o 10% para empresas de más de 10 trabajadores por la gestión en la FUNDAE.