



PROGRAMA FORMATIVO DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA
REDES SOCIALES Y EMPRESA
ADGG071PO

PLANES DE FORMACIÓN DIRIGIDOS PRIORITARIAMENTE A TRABAJADORES OCUPADOS

**PROGRAMA DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA:
REDES SOCIALES Y EMPRESA**

DATOS GENERALES DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA

1. Familia Profesional ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN

Área Profesional: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

2. Denominación: REDES SOCIALES Y EMPRESA

3. Código: **ADGG071PO**

4. Objetivo General: 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.

5. Modalidad: Teleformación.

6. Contenidos formativos:

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

- 1.1. Conceptos básicos.
- 1.2. La privacidad en las redes sociales.
- 1.3. Buenos hábitos en el uso de redes sociales.
- 1.4. Las redes sociales como lugar de encuentro y socialización en Internet.

2. EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS SOCIALES.

- 2.1. Orígenes de las redes sociales.
- 2.2. Historia de las redes sociales.
- 2.3. Historia reciente de las redes sociales.
- 2.4. ¿Qué es la Web 2.0?

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

- 3.1. Blogs.
- 3.2. Wikis.
- 3.3. Foros.
- 3.4. Redes sociales horizontales.
- 3.5. Redes sociales verticales.
- 3.6. Redes de contenido.
- 3.7. Cifras globales de uso de Nuevas tecnologías.

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.

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. Marketing viral: comunicación, participación, viralidad.
- 5.4. La estrategia: el marketing social dentro del marketing mix.

6. PUBLICIDAD EN SOCIAL MEDIA.

- 6.1. Segmentación en la publicidad.
- 6.2. Publicitarse y conseguir seguidores en las redes sociales.
- 6.3. Qué es la analítica web.
- 6.4. Glosario de términos.
- 6.5. Introducción a Google Analytics.
- 6.6. La analítica en las redes sociales.

7. EJEMPLOS DE CAMPAÑAS EN SOCIAL MEDIA

- 7.1. Ejemplo de campaña de moda.
- 7.1. 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.

8. TENDENCIAS: EL FUTURO DE LOS MEDIOS SOCIALES.

- 8.1. Cloud computing, servicios en la nube.
- 8.2. Simplicidad. Usabilidad.
- 8.3. Privacidad.