
Especialista en Redes Sociales 2.0 y Social Media Strategy

Modalidad:

e-learning con una duración 112 horas

Objetivos:

- Comprender la evolución de la Web 1.0 a la Web 2.0.
- Aprender a utilizar las diferentes aplicaciones surgidas a partir de la Web 2.0.
- Describir las bases de la arquitectura de la participación en la Web 2.0.
- Definir el Concepto de usabilidad del contenido Web 2.0.
- Conocer las principales redes sociales.
- Aprender a darse de alta en las principales redes sociales.
- Conocer las principales ventajas y desventajas del uso de las Redes Sociales.
- Enfocar el crecimiento y la mejora del posicionamiento de una empresa a través de las redes sociales.

Contenidos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ECOSISTEMA 2.0 Y SOCIAL MEDIA

Definición de la Web 2.0
Tipos de redes sociales
Importancia actual del social media
El prosumer
Marketing viral

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

¿Qué es un Community Manager y de qué se encarga?
Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager



Funciones y responsabilidades de un Community Manager
Los objetivos de un Community Manager
Tipos de Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FACEBOOK, X Y LINKEDIN

Red social generalista: Facebook
Microblogging: X
La red social de los profesionales y reclutamiento: LinkedIn

UNIDAD DIDÁCTICA 4. YOUTUBE, INSTAGRAM Y PINTEREST

El poder del vídeo: YouTube
Imagen y branding: Instagram
Red de nicho: Pinterest

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SOCIAL MEDIA PLAN

Elección de canales
Planificación de la estrategia
El contenido es el rey
Social Media Engagement
ORM: Online Reputation Management

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

Social Listening
Uso de chatbots en Facebook Messenger
Instagram Direct y gestión de comentarios
X como canal de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 7. BLOGGING Y WORDPRESS

Definición y funciones del blog

Sistema de gestión de contenidos o CMS: Wordpress
Configuración inicial de Wordpress
Páginas de WordPress
Diseño del blog
Publicación de contenidos
Gestión de comentarios
Plugins para optimizar el SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 8. SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION: HERRAMIENTAS PARA ACCIONES DE SMO

Herramientas básicas
Herramientas de gestión
Herramientas de multiposting
Herramientas de gestión integral
Herramientas de monitorización integral

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTRODUCCIÓN AL COPYWRITING

¿Qué es el copywriting?
Conectar, emocionar y convencer
Principales técnicas de copywriting
SEO para Copywriting
La importancia de los títulos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ANALÍTICA EN SOCIAL MEDIA

Facebook Insights
Estadísticas de Instagram
X Analytics
Análisis en LinkedIn
YouTube Analytics