

## **CURSO DE REDES SOCIALES**

TOTAL HORAS: 50h (30h presenciales y 20h a distancia)

Dirigido a **AUTÓNOMOS**. Plazas limitadas

FECHAS: del 23 de Abril al 25 de Mayo de 2012. Lunes, miércoles y viernes

HORARIO: de 15,00h a 17,00h

INSCRIPCIONES (Hasta el 16 de Abril):

Afic-Creama Gata

C/ La Bassa , s/n (Edifici del C.S.I)

Tel. 96 575 62 63/ e-mail: ralemany@creama.org

DOCUMENTACIÓN PARA LA INSCRIPCIÓN:

Impreso de solicitud, copia del DNI, último recibo autónomo y copia de la tarjeta SIP

CONTENIDO FORMATIVO:

### **MODULO 1. PLAN DE MARKETING EN REDES SOCIALES**

U.D.1. ¿Qué es la Web 2.0?

U.D.2. ¿Qué son las redes sociales?

U.D.3. ¿Por qué invertir en las redes sociales?

U.D.4. Algunas cifras de penetración de las redes sociales a nivel global y en España.

U.D.5. Objetivos y estrategia a seguir en redes sociales.

U.D.6. El Community Manager.

U.D.7. Medición del retorno de la inversión en las redes sociales.

U.D.8. Fuentes recomendadas sobre Redes Sociales.

### **MODULO 2. FACEBOOK**

U.D.1. ¿Por qué promocionarse en Facebook?

U.D.2. Creación de páginas de fans en Facebook.

U.D.3. Creación de grupos en Facebook.

U.D.4. ¿Página de fans o grupo en Facebook para mi proyecto? ¿Qué elegir?

U.D.5. ¿Cómo promocionar una página corporativa en Facebook? ¿Cómo obtenemos admiradores?

U.D.6. FBML (Facebook Markup Language).

U.D.7. Facebook Insights: estadísticas de tráfico de la página de Facebook.

U.D.8. Aplicaciones de Facebook.

U.D.9. Anuncios Patrocinados en Facebook.

U.D.10. Posicionamiento en el buscador interno de Facebook.

U.D.11. Plugins Sociales en Facebook.

U.D.12. Cómo integrar una tienda online dentro de Facebook.

U.D.13. Juegos sociales en Facebook.

U.D.14. Casos de éxito en Facebook.

U.D.15. Recursos recomendados sobre Facebook.

### **MODULO 3. YOUTUBE Y OTRAS REDES SOCIALES PARA PROMOCIONAR VÍDEOS**

U.D.1. El video marketing.

U.D.2. Estrategia de Video marketing en Redes Sociales.

U.D.3. Youtube.

U.D.4. Otras redes sociales de vídeos.

#### **MODULO 4. TWITTER**

- U.D.1. ¿Qué es Twitter?
- U.D.2. La estrategia en Twitter: escuchar, crear y fidelizar.
- U.D.3. Empezando en Twitter: cómo registrarse y actualizar la cuenta.
- U.D.4. Cómo aumentar el número de seguidores.
- U.D.5. Aplicaciones y funcionalidades de Twitter.
- U.D.6. ¿Para qué puede utilizar una empresa Twitter?
- U.D.7. Analítica Web en Twitter.
- U.D.8. Recursos recomendados sobre Twitter.

#### **MODULO 5. LINKEDIN Y OTRAS REDES PROFESIONALES**

- U.D.1. ¿Por qué las empresas usan las redes sociales profesionales para buscar personal?
- U.D.2. Grados de Separación en LinkedIn.
- U.D.3. Perfiles personales en LinkedIn.
- U.D.4. Perfil de empresas en LinkedIn.
- U.D.5. Grupos en LinkedIn.
- U.D.6. Sección de Preguntas y Respuestas.
- U.D.7. Contactar directamente con potenciales clientes.
- U.D.8. Anuncios patrocinados en LinkedIn.
- U.D.9. Analítica Web en LinkedIn.
- U.D.10. Otras redes profesionales.
- U.D.11. Recursos recomendados sobre LinkedIn y otras redes sociales profesionales.

#### **MODULO 6. OTRAS REDES SOCIALES**

- U.D.1. Yahoo! Respuestas.
- U.D.2. SlideShare.
- U.D.3. Flickr.
- U.D.4. Wikipedia y otras wikis.
- U.D.5. Portales Agregadores de Noticias.
- U.D.6. Foursquare.
- U.D.7. Tuenti.
- U.D.8. Recursos recomendados sobre otras redes sociales.

#### **MODULO 7. LOS BLOGS EN LA ESTRATEGIA DE LAS REDES SOCIALES**

- U.D.1. ¿Qué es un blog?
- U.D.2. Tipos de blogs.
- U.D.3. Ventajas de los blogs sobre otros formatos de publicación de portales Web.
- U.D.4. Estrategia de los blogs corporativos dentro del plan de social media.
- U.D.5. ¿Con qué plataforma de blog comenzar nuestro proyecto?
- U.D.6. ¿Cómo obtener más visitas para mi blog? Treinta consejos a seguir.
- U.D.7. Mejorando la sociabilidad de nuestro blog.
- U.D.8. Cómo posicionar un blog en buscadores.
- U.D.9. Tumblr: el nuevo blog enfocado al microblogging.
- U.D.10. Fuentes y recursos sobre Blogs.

#### **MODULO 8. GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN CORPORATIVA ON LINE**

- U.D.1. ¿Qué es la reputación corporativa on line?
- U.D.2. Etapa 1: escuchar mediante la investigación y monitorización de la reputación on line.
- U.D.3. Etapa 2: valorar las opiniones.
- U.D.4. Etapa 3: participar.
- U.D.5. Fuentes y recursos sobre gestión de la reputación on line.

#### **MODULO 9. CASOS REALES EN SOCIAL MEDIA**

- U.D.1. Taxi Oviedo: Cómo lograr en 72 horas que medio millón de personas sepa de tu negocio con 24 euros de inversión.

- U.D.2. Bere Casillas: El sastre 2.0
- U.D.3. Blog de Carrefour “Yo llego a fin de mes”.
- U.D.4. Redes Sociales en Restaurantes: El Caso del Rancho Asador Argentino.
- U.D.5. Campaña de IKEA en Facebook.
- U.D.6. TurEspaña: Spain a country to share.
- U.D.7. Zappos: Caso de éxito en Twitter.
- U.D.8. Tippex y sus vídeos interactivos.
- U.D.9. El vídeo de iJam.
- U.D.10. Vídeo viral de Levi’s de Guys backflip into jeans.
- U.D.11. Blendtec, un caso de éxito de marketing viral a través de las redes sociales.
- U.D.12. Guía Repsol en Facebook.
- U.D.13. Dell Outlet.
- U.D.14. Southwest Airlines.
- U.D.15. Concurso de Vueling para poner nombre a sus aviones.
- U.D. 16. Campaña Old Spice.
- U.D.17. Ceniza volcanica, caos aéreo y redes sociales.

#### **MODULO 10. HERRAMIENTAS 2.0**

- U.D.1. Herramientas y Recursos relacionados con Wordpress.
- U.D.2. Herramientas Generales de gestión para redes sociales.
- U.D.3. Herramientas para redes sociales de Vídeo.
- U.D.4. Herramientas de Microblogging.
- U.D.5. Herramientas para Facebook.
- U.D.6. Otras Redes Sociales profesionales.
- U.D.7. Otras Redes Sociales.

#### **MODULO 11. LA WEB 2.0 Y EL POSICIONAMIENTO NATURAL EN BUSCADORES**

- U.D.1. Los buscadores, el escenario preferido para obtener visitas convertibles en clientes.
- U.D.2. ¿Qué es el posicionamiento natural en buscadores?
- U.D.3. ¿Cómo funciona un buscador?
- U.D.4. La Relevancia Web dentro del posicionamiento en buscadores.
- U.D.5. ¿Cómo la Web 2.0 nos ayuda a crear contenido relevante para los buscadores?

#### **ANEXO: SENSIBILIZACIÓN MEDIOAMBIENTAL.**

- U.D. 1: Introducción al concepto de Medio Ambiente.
- U.D. 2: La contaminación y el deterioro de los Recursos Materiales.
- U.D. 3: La ciudad: nuestro medio.
- U.D. 4: La actuación de la Administración.
- U.D. 5: La respuesta de la sociedad.
- U.D. 6: La aportación individual.
- U.D. 7: Código de Buenas Profesionales.

#### **OBJETIVOS GENERALES**

- Aprender a usar las plataformas que integran la Web 2.0 y promocionar y gestionar la empresa a través estas y otros medios sociales (twitter <sup>TM</sup>, Facebook, LinkedIn, etc.)
- Conocer los distintos tipos de redes sociales: redes de contactos, redes profesionales, microblogging, su uso y/o aplicaciones y como debemos actuar en cada una de ellas