

The background features abstract geometric shapes in teal and grey. A large teal shape is at the top right, and a grey shape is at the top left. A large grey shape is in the middle, and a teal shape is at the bottom right. The text is centered in the white space between these shapes.

Guía didáctica

Plan estratégico de Social Media. Nivel I

INTRODUCCIÓN

En la era digital actual, las herramientas de comunicación en Internet se han convertido en pilares fundamentales para el éxito de cualquier organización. Este curso está diseñado para introducirte en el dinámico mundo del Social Media, donde aprenderás a utilizar de manera estratégica las diversas plataformas y herramientas digitales para alcanzar objetivos específicos.

A lo largo de este curso, no solo aprenderás a identificar la plataforma adecuada para cada mensaje, sino también a diseñar un plan de comunicación que se alinee con los objetivos estratégicos de tu negocio o marca personal. Te equiparemos con las habilidades necesarias para crear, gestionar y evaluar campañas de social media que resuenen con tu público y fortalezcan tu presencia online.

Con este curso, darás el primer paso hacia una comprensión integral del paisaje de social media y cómo navegarlo eficazmente para lograr tus metas.

OBJETIVO GENERAL

Gestionar la estrategia de comunicación basada en redes sociales.

Objetivos específicos

- Crear una estrategia de comunicación en redes sociales, alineada a un plan de marketing establecido.
- Aplicar acciones que conforman estrategias de redes sociales en los canales digitales, considerando tácticas y estrategias a designar en situaciones heterogéneas.
- Crear perfiles en redes sociales alineadas al público objetivo, colectivos relacionados y a una estrategia digital.

CONTENIDO FORMATIVO

| | Plan estratégico de Social Media. Nivel I | 60 horas |
|------------|--|----------|
| UA1 | <p>Estrategia y dinamización de redes sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción y objetivos <ul style="list-style-type: none"> ○ Aproximación al nuevo modelo de internet ○ Origen ○ Tipos ○ Ventajas para obtener un mayor rendimiento del negocio • Identificación del community manager <ul style="list-style-type: none"> ○ Definición ○ Habilidades / actitudes ○ Funciones • Utilización de las redes sociales (RRSS) <ul style="list-style-type: none"> ○ Introducción ○ Aplicaciones comerciales en la empresa • Caracterización de RRSS <ul style="list-style-type: none"> ○ Facebook ○ Instagram ○ LinkedIn ○ Twitter • Uso de otras RRSS <ul style="list-style-type: none"> ○ Whatsapp ○ Youtube • Que hablen de nosotros. <ul style="list-style-type: none"> ○ Del Plan de marketing al social media Plan. ○ Cómo difundir una idea en la web. ○ Blogs y microblogs (eventos para bloggers). ○ Marketing viral. ○ Redes sociales. ○ Formatos publicitarios en redes sociales. • Que hablen bien de nosotros. <ul style="list-style-type: none"> ○ ¿En qué espacios quiero (y debo) estar? ○ Gestión de un proyecto en redes sociales. ○ Monitorización y reputación. ○ Detección y resolución de crisis 2.0. • Mirar hacia el futuro: Web 3.0 y marketing 3.0. | 35 |
| | Cuestionario de autoevaluación | 0,5 |

| | Plan estratégico de Social Media. Nivel I | 60 horas |
|------------|--|-------------|
| | Tiempo total de la unidad de aprendizaje | 35,5 |
| UA2 | Difusión de contenidos digitales a través de redes sociales <ul style="list-style-type: none"> • Plataformas <ul style="list-style-type: none"> ○ Formatos y redes sociales de audio social ○ Formatos y redes sociales de video ○ Formatos de contenido efímero ○ Foros de discusión: Lugares de intercambio y conocimiento ○ Funciones y redes sociales para la compra de productos ○ Transmisiones en vivo en redes sociales ○ Redes sociales para empresas y relaciones profesionales ○ Redes sociales cerradas o para comunidades privadas ○ Redes sociales de inspiración • El ecosistema de las Apps y el entorno multidispositivo. • Creación de contenidos para tu comunidad. <ul style="list-style-type: none"> ○ Textos ○ Recursos audiovisuales • Gestionar contenidos en un evento 2.0. • Aspectos jurídicos de las Nuevas Tecnologías ilustrados con casos prácticos. • Fidelización en redes sociales e Internet. | 23 |
| | Cuestionario de autoevaluación | 0,5 |
| | Tiempo total de la unidad de aprendizaje | 23,5 |
| | Prueba final de evaluación | 1 |