

## (ADGG071PO) Redes sociales y empresa



**Área:** Formación en tecnologías de la información y comunicación

**Modalidad:** Teleformación

**Duración:** 50 h

**Precio:** 375.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

 [Tienda online](#)

[Matricularme](#)

### OBJETIVOS

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.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Explicar los conceptos básicos relacionados con las redes sociales, comunidad, cultura, identidad y reputación.
2. Conocer los buenos hábitos en la utilización y privacidad de las redes sociales.
3. Entender el concepto de redes sociales como lugar de encuentro y socialización en Internet.
4. Conocer los orígenes y la historia en torno a las redes sociales.
5. Explicar el concepto de Web 2.0.
6. Explicar y conocer los principales medios 2.0.
7. Diferenciar las redes sociales horizontales, verticales y las de contenido.
8. Exponer las cifras globales de utilización de las nuevas tecnologías.
9. Conocer la navegación realizada a través de teléfonos inteligentes.
10. Exponer las estadísticas alrededor de los teléfonos móviles.
11. Estudiar las tendencias del mercado respecto a las redes sociales y la telefonía móvil.
12. Saber cómo se han incorporado las redes sociales a los teléfonos inteligentes.
13. Estudiar los términos básicos relacionados con el marketing digital.
14. Analizar el nuevo valor de marca y su posicionamiento.
15. Estudiar el marketing viral y sus factores en cuanto a la comunicación, participación y viralización.
16. Establecer la estrategia a seguir en el marketing en las redes sociales.
17. Analizar el marketing social dentro del marketing mix.
18. Explicar la segmentación en la publicidad y la analítica web.
19. Conocer el glosario de términos utilizados en la publicidad en las redes sociales.
20. Estudiar cómo publicitarse y conseguir seguidores en las redes sociales.
21. Explicar cómo funciona Google Analytics.
22. Conocer diferentes ejemplos de campañas en las redes sociales, relacionadas con la moda, el material de oficina, las bebidas, los productos alimentarios y la ropa deportiva.
23. Explicar las tendencias para el futuro de los medios sociales.
24. Estudiar los aspectos de simplicidad, usabilidad y privacidad en los medios sociales.

---

**EMAIL:** [info@mferrerconsultores.com](mailto:info@mferrerconsultores.com)

**TELÉFONO:** 635952170

<https://www.mferrerconsultores.com>



## CONTENIDOS

1. Introducción a los conceptos de red social, comunidad, cultura, identidad y reputación
2. Evolución de los medios sociales
3. Principales medios 2.0, redes sociales horizontales y verticales
4. Redes sociales y telefonía móvil
5. Introducción al marketing en redes sociales: cómo puede ayudar el SMM a la empresa
6. Publicidad en social media
7. Ejemplos de campañas en social media
8. Tendencias: el futuro de los medios sociales

## MATERIALES

Toda la documentación necesaria para la realización del curso se encuentra en la plataforma de teleformación pero se entregarán documentación de ayuda y complementaria al alumno si el formador así lo requiere.

## METODOLOGIA

La actividad tutorial será bidireccional, es decir, tanto el alumno se puede poner en contacto con el tutor para solventar dudas o dificultades como el tutor con el alumno para establecer un contacto directo con él, comprobar su nivel de progreso en el estudio, su grado de motivación y su situación personal en relación con su participación en la acción formativa.

Las características de la metodología de este tipo de acciones formativas son:

**Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.

En todo momento contará con un **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.

**Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.

**El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo test de autoevaluación.

**Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

## REQUISITOS

---

**EMAIL: [info@mferrerconsultores.com](mailto:info@mferrerconsultores.com)**

**TELÉFONO: 635952170**

**<https://www.mferrerconsultores.com>**



#### Los requisitos técnicos mínimos son:

Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.

No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.

Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.

Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.

32 Mbytes de RAM o superior.

## CONTROLES APRENDIZAJE

Se llevará a cabo una **evaluación continua**, con el seguimiento a través de las tutorías que van haciendo los profesores, para comprobar si ha habido un aprovechamiento real del curso. Para ello, el alumnado deberá realizar todos los ejercicios que acompañan a los contenidos del curso (evaluaciones, autoevaluaciones, cuestionarios, ejercicios prácticos, etc.) para evaluar que van consiguiendo los contenidos adecuados.

De igual modo, se realizará una **evaluación final**, donde el alumno deberá de responder adecuadamente al examen de evaluación final que será corregido automáticamente una vez realizado.

#### Plazos de realización:

**Evaluación continua:** con objeto de garantizar el máximo aprovechamiento del curso, se recomienda al alumnado que entregue los ejercicios prácticos, autoevaluaciones, cuestionarios a lo largo del curso.

**Evaluación final:** se recomienda que se realice una vez finalizado todo el curso, es decir, el último día del mismo, para poder responder adecuadamente a las preguntas que se indiquen.

**Evaluación continua:** durante todos los días del curso.

**Evaluación final:** un día después de la finalización del curso.

---

**EMAIL: [info@mferrerconsultores.com](mailto:info@mferrerconsultores.com)**

**TELÉFONO: 635952170**

**<https://www.mferrerconsultores.com>**