



FORMACIÓN DE REDES SOCIALES

Objetivos:

- Conocer la web 2.0.
- Diferenciar estructuras y tipologías de redes sociales.
- Administrar contenido.
- Fomentar las buenas prácticas.

Formato de la formación:

PRESENCIAL	E-LEARNING
- Redes Sociales	- Community Management. Marketing en las Redes Sociales
Práctica	Teórica
Específica	Genérica
6h	

Índice Formación Teórica:

Community Management. Marketing en las Redes Sociales

- 1 Introducción
- 2 Internet como canal de comunicación y marketing
- 3 Social media - Medios sociales
- 4 Medios Sociales - Herramientas (BLOG)
- 5 Medios Sociales - Herramientas (FACEBOOK)
- 6 Medios Sociales - Herramientas (TWITTER)
- 7 Medios Sociales - Herramientas (YOUTUBE)
- 8 Medios Sociales - Herramientas (FLICKR)



9 Medios Sociales - Herramientas (LINKEDIN)

10 Medios Sociales - Herramientas (FOURSQUARE)

11 Estadísticas en Medios Sociales y Redes Sociales

12 Buenas Prácticas y consejos

13 Administración del contenido e integración

14 Guía Facebook

15 Guía Twitter

1 Consideraciones generales

2 Organización del trabajo en Redes Sociales

3 Medición de la estrategia en Redes Sociales

4 Uso de las principales Redes Sociales

5 Valoración de los contactos en las Redes Sociales

6 La necesidad de crear un blog

7 Éxito y errores en Social Media

8 Otras aplicaciones de marketing en Social Media

9 Community manager