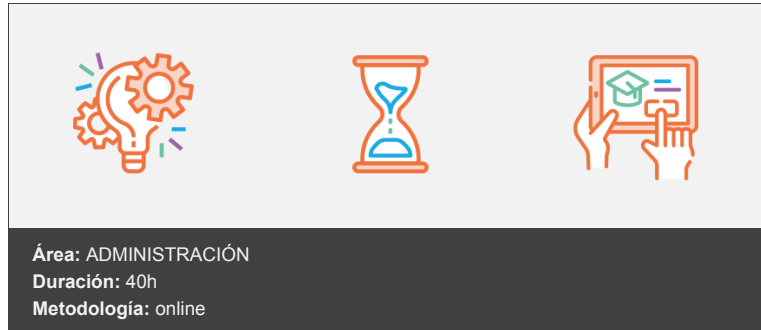


Redes Sociales y empresa



Objetivos

Objetivo General

- 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

- Explicar los conceptos básicos relacionados con las redes sociales, comunidad, cultura, identidad y reputación.
- Conocer los buenos hábitos en la utilización y privacidad de las redes sociales.
- Entender el concepto de redes sociales como lugar de encuentro y socialización en Internet.
- Conocer los orígenes y la historia en torno a las redes sociales.
- Explicar el concepto de Web 2.0.
- Explicar y conocer los principales medios 2.0.
- Diferenciar las redes sociales horizontales, verticales y las de contenido.
- Exponer las cifras globales de utilización de las nuevas tecnologías.
- Conocer la navegación realizada a través de teléfonos inteligentes.
- Exponer las estadísticas alrededor de los teléfonos móviles.
- Estudiar las tendencias del mercado respecto a las redes sociales y la telefonía móvil.
- Saber cómo se han incorporado las redes sociales a los teléfonos inteligentes.
- Estudiar los términos básicos relacionados con el marketing digital.
- Estudiar el marketing viral y sus factores en cuanto a la comunicación, participación y viralización.
- Establecer la estrategia a seguir en el marketing en las redes sociales.
- Analizar el marketing social dentro del marketing mix.
- Explicar la segmentación en la publicidad y la analítica web.
- Conocer el glosario de términos utilizados en la publicidad en las redes sociales.
- 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.
- Explicar las tendencias para el futuro de los medios sociales.
- Estudiar los aspectos de simplicidad, usabilidad y privacidad en los medios sociales.
- Estudiar cómo publicitarse y conseguir seguidores en las redes sociales.
- Explicar cómo funciona Google Analytics

Contenidos y estructura del curso

Unidad 1: Introducción a los conceptos de red social, comunidad, cultura, identidad y reputación Conceptos básicos La privacidad en las redes sociales Buenos hábitos en el uso de redes sociales Examen

Unidad 2: Evolución de los medios sociales Orígenes de las redes sociales Historia de las redes sociales Historia reciente de las redes sociales ¿Qué es la Web 2.0? Examen Actividad de evaluación

Metodología

En Critería creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Critería, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

*En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!*

Blog de Critería

