



## **IFCT028PO. Comunicación digital y networking en internet.**

**Sku:** PA\_IFCT028PO

**Horas:** 30

**Formato:** HTML

### **OBJETIVOS**

- Conocer las características y la estructura de los contenidos en Internet.
- Analizar el fenómeno blog desde el punto de vista corporativo.
- Definir el perfil profesional del Community Manager.
- Describir las pautas para la generación de contenidos.
- Identificar los aspectos a tener en cuenta en la planificación, gestión y moderación de una comunidad digital.
- Describir el proceso para afrontar los conflictos.
- Analizar las diferencias entre el trabajo convencional y el teletrabajo.

### **CONTENIDOS**

- **Unidad 1. Comunicación en Internet**
  - Relaciones y comunicación en Internet versus relaciones y comunicaciones personales
    - Nacimiento de la Web 2.0
    - El término Web 2.0 según Tim O'Reilly
    - El manifiesto Cluetrain
  - Usos de la comunicación y herramientas adecuadas en Internet
    - ¿Qué es la comunicación?
    - El caso de Internet
    - Características propias de Internet
    - Herramientas adecuadas en Internet
  - Conclusiones
- **Unidad 2. Trabajo en Internet versus trabajo en la oficina**
  - La comunicación e intercambio de información
    - ¿Qué es el teletrabajo?

- Características
  - Mismos objetivos, distintos medios
  - Diferencias de los procesos en una oficina y en Internet
    - Trabajo convencional versus teletrabajo
    - Un poco de historia
  - El trabajo en red, ventajas e inconvenientes, usos y limitaciones
    - Ventajas y desventajas para los trabajadores
    - Ventajas y desventajas para las empresas
    - Competencias para teletrabajar
    - Modalidades del teletrabajo
    - Consejos para un teletrabajador
    - Un paso más allá del teletrabajo: smart working
    - El futuro del teletrabajo
    - Marco legal
    - Mismos derechos que los compañeros de las oficinas
  - Conclusiones
- **Unidad 3. Herramientas personales de trabajo en red**
  - Gestión avanzada de correo webmail como complemento al correo profesional
    - Correo electrónico
      - Definiciones y términos
      - Funcionamiento
      - Gestores de correo electrónico
        - Introducción
        - Redacción y envío de un mensaje
        - Lectura del correo
        - Respuesta del correo
        - Organización de mensajes
        - Impresión de correos
        - Libreta de direcciones
        - Filtrado de mensajes
    - Correo web
      - Definición
      - Creación de una cuenta de correo electrónico
      - Enviar y recibir correos
      - Nuevo correo
      - Normas para un buen uso del correo electrónico
  - Uso de mensajería instantánea y microblogging
    - ¿Qué es una red social?
    - Tipos de redes sociales
    - El microblogging
  - Google como página de acceso
    - ¿Qué es un buscador?
    - Buscadores temáticos
    - Multibuscadores y metabuscadores
    - El mejor buscador
    - Criterios y operadores de búsqueda

- Google
    - Interfaz
    - GoogleBot y PageRank
    - Comandos de búsqueda
  - Sistemas de búsqueda de Google
    - Búsqueda mediante palabras
    - Directorio
    - Búsqueda avanzada
    - Búsqueda avanzada de imágenes
    - Grupos de Google
    - Resultados de la búsqueda
    - Servicios añadidos de Google
    - Conclusiones
  - El navegador como 'sistema operativo' para aplicaciones online
    - ¿Qué son los navegadores?
    - Principales navegadores
    - Microsoft Edge
      - Introducción
      - Características
    - Mozilla Firefox
      - Interfaz
      - Opciones de configuración
      - Modificar el comportamiento de las pestañas
      - Marcadores
    - Google Chrome
      - Conceptos previos
      - Instalación Google Chrome en Windows
      - Funciones básicas del navegador
      - Pestañas y ventanas
      - Marcadores
      - Historial y descargas
      - Navegación de incógnito
  - Conclusiones
- **Unidad 4. El trabajo colaborativo en la Red**
- Wikis
    - Definición y características
    - Ventajas y desventajas
    - Morfología de una wiki
    - Elementos de una wiki
    - El éxito de la Wikipedia
    - Cómo funciona una wiki
  - Blogs colaborativos
    - ¿Qué es un blog
      - Características
      - Elementos
      - Blog vs. web

- El lenguaje en el blog
      - Principios de la redacción de un blog
      - Trucos para captar la atención
    - Cómo usar un blog como herramienta
      - Usos
      - Razones y ventajas
      - Estructura
    - Por qué tener un blog
    - Mantener y dinamizar un blog
  - Documentos y webs compartidos
    - Google Drive
      - Qué es
      - Características
      - Ventajas y desventajas
      - Interfaz
      - Configuración
    - Buscadores colaborativos
      - Introducción
      - Ejemplo de buscador colaborativo
  - Herramientas avanzadas de documentación
    - Herramientas de Google Drive
    - Google Drive para escritorio
    - Google Drive sin conexión
    - Google Drive portable
  - Conclusiones
- **Unidad 5. Personalidad digital**
  - Qué es la personalidad digital
    - Cultura digital
    - Identidad digital
  - Creación de un perfil digital profesional
  - El blog profesional
    - Características sociales de los blogs
    - Qué nos va a aportar un blog corporativo
    - Razones para crear un blog corporativo
    - Ventajas y desventajas
    - Reglas a tener en cuenta antes de crear un blog corporativo
    - Enfoque y razones
    - Técnicas para atraer tráfico de calidad a través del blog
  - Perfil en redes
    - Facebook
      - Perfil personal, perfil de empresa y grupos
      - Campañas de anuncios patrocinados
    - Twitter
    - Google+
    - YouTube
    - Instagram

- Pinterest
- WhatsApp
- Conclusiones
- **Unidad 6. Herramientas de comunicación y networking para uso profesional**
  - Networking
    - La comunicación digital
    - Claves de la comunicación digital
    - Las herramientas de la comunicación digital
    - El networking
    - ¿Por qué y para qué debemos hacer networking?
  - Redes sociales de amistad
    - Definición de red social
    - Las redes sociales como lugar de encuentro y socialización en Internet
  - Redes sociales profesionales
    - Cómo integrar las redes sociales en la estrategia corporativa
    - Primeros pasos
    - El uso correcto de las redes profesionales
    - Las redes profesionales más usadas en España
  - Lifestreaming
  - Conclusiones