



## Redes y medios sociales

**Sku:** 3529-32\_V2

**Horas:** 50

### OBJETIVOS

- Diferenciar entre web 2.0 y Branding 2.0.
- Conocer las características, perfiles y tipos de redes sociales.
- Distinguir entre las RRSS generalistas, profesionales, microblogging y de contenidos.
- Estudiar las RRSS de contenidos: Youtube e Instagram.
- Conocer las características, tipología, formatos, tipos de entradas y su estructura de un post en un blogs.
- Diferenciar entre los dos gestores de blogs más utilizados: Blogger y WordPress.
- Identificar las dos modalidades de foros online y offline, y sus ventajas y desventajas asociadas.
- Diferenciar entre Social Media Manager y Community Manager.
- Evitar caer en los errores que pueden producir los medios sociales
- Conocer el código deontológico del profesional del Social Media.
- Estudiar las herramientas del Community Manager.
- Conocer el significado del Plan Social Media (PSM).
- Identificar los diferentes planes que confluyen en el PSM.
- Diferenciar entre las cuatro fases del PSM: Análisis, Planificación, Implementación y Análisis y Monitorización.

### CONTENIDOS

**UD1.Redes sociales** 1. Introducción a las redes sociales 2. Web 2.0. 3. Branding 2.0: Construyendo marcas 4. Características de las RRSS 5. El perfil del usuario de RRSS 6. Tipología de RRSS 6.1. RRSS Generalistas: Facebook 6.2. RRSS Profesionales: LinkedIn 6.3. RRSS Microblogging: Twitter 6.4. RRSS de Contenidos: Youtube e Instagram 6.4.1. Youtube 6.4.2. Instagram **UD2.Blogs y foros** 1. Blogs 1.1. Características 1.2. Tipología de los blogs 1.3. Formatos 1.4. Tipos de entradas 1.5. Estructura de un post 1.6. Características de la redacción 2.0 1.7. Gestión de blogs: conceptos básicos 1.8. CMS: Blogger vs. WordPress 1.8.1. Blogger 1.8.2. WordPress 1.8.3. Análisis de los resultados 1.8.4. La mejor opción: Blogger o wordpress 2. Foros 2.1. Moderación y administración de un foro virtual **UD3.Social Media Manager VS Community manager** 1. Social Media

Manager 2. Community Manager 3. Errores a evitar en medios sociales 4. Código Deontológico del profesional del Social Media 5. Herramientas del Community Manager  
**UD4.Social Media Plan** 1. Social Media Plan 1.1. Fase de Análisis 1.2. Fase de Planificación 1.3. Fase de Implementación 1.4. Fase de Análisis y Monitorización 1.5. Gestión de crisis en RRSS