


# COMM122PO Uso empresarial de las redes sociales

**Sku:** PC745

**Horas:** 15

**Formato:** HTML

## OBJETIVOS

Adquirir los conocimientos teórico-prácticos necesarios para conocer las principales redes sociales que tienen una aplicación al ámbito empresarial y aprender a cómo sacarles partido en ese terreno.

## CONTENIDOS

**Unidad 1.-Fundamentos y redes sociales profesionales**

Para comenzar

Bienvenido a la unidad «Fundamentos y redes sociales profesionales».

- En esta lección introductoria conocerás los conceptos clave de las redes sociales en el entorno empresarial, su impacto actual y el mapa general de plataformas y retos más relevantes. Prepárate para descubrir cómo las empresas convierten la conversación digital en un motor central de su estrategia y cuáles serán los ejes que guiarán tu aprendizaje en esta primera etapa.

Tipos de redes sociales y su uso empresarial

- En esta lección, descubrirás el mapa completo de las redes sociales en el ámbito empresarial: qué es realmente una red social desde un punto de vista de negocio, cuáles son las grandes familias y categorías, qué características y métricas definen a cada tipo y cómo seleccionarlas estratégicamente según los objetivos y el sector.
- Aprenderás los beneficios, retos y ejemplos actualizados de plataformas clave como Facebook, X (Twitter), LinkedIn, Instagram, TikTok, WhatsApp, Reddit, Strava o Clubhouse, así como tendencias emergentes y herramientas prácticas para optimizar tu presencia y saber analizar datos valiosos para tu empresa. Incluye cuestionarios y actividades interactivas para consolidar tu aprendizaje.

Integración de las redes sociales en la estructura corporativa

- En esta lección, exploraremos en profundidad cómo las redes sociales pueden convertirse en un motor estratégico dentro de la estructura corporativa moderna. Analizaremos por qué la integración es un imperativo, los modelos de gobernanza disponibles, la anatomía del equipo digital, el diseño de procesos 360°, la conexión de redes con sistemas internos, la importancia de la cultura organizacional, cuestiones de compliance y seguridad, y el marco de métricas clave. Además, abordaremos casos reales, fases de madurez e innovaciones tecnológicas. Al finalizar, dominarás las claves para pasar de la gestión aislada a una integración transversal de redes sociales en empresas de cualquier tamaño o sector.

Facebook para negocios: creación y optimización

- En esta lección, descubrirás cómo transformar una página de Facebook en un auténtico motor de crecimiento para cualquier empresa—desde un pequeño local hasta una multinacional. Aprenderás a crear y optimizar perfiles paso a paso, dominarás la identidad visual y la narrativa, explorarás las herramientas clave de Meta Business Suite, entenderás el funcionamiento del algoritmo, y conocerás las mejores prácticas para la gestión de comunidad, la publicidad y la reputación. Incluye ejemplos actuales, análisis de métricas clave, protocolos de crisis, accesibilidad y tendencias de monetización, brindándote un playbook actualizado y accionable para destacar en Facebook como plataforma estratégica de negocios.

X (Twitter) y LinkedIn: comunicación y networking

- En esta lección exploraremos en profundidad dos plataformas clave para la comunicación y networking empresarial: X (Twitter) y LinkedIn. Analizaremos sus patrones de uso en 2025, el diseño de estrategias para cada objetivo (notoriedad, generación de leads, reputación), sus algoritmos, formatos ganadores de contenido, integración publicitaria y de CRM, herramientas de automatización, métricas clave, tendencias emergentes y protocolos de crisis. A través de explicaciones narrativas, infografías, ejemplos reales y ejercicios interactivos, dominarás cómo transformar el potencial de una publicación en impacto tangible para tu negocio. Conocerás secretos de storytelling, employee advocacy, publicidad ABM, atribución multitáctil y el diseño de flujos combinado X–LinkedIn para resultados B2B y B2C.

Ejercicio práctico de libre expresión escrita

- En esta lección podrás aplicar libremente los conceptos aprendidos sobre el uso empresarial de las redes sociales. A través de ejercicios de expresión escrita, tendrás la oportunidad de analizar, planificar y crear estrategias reales o ficticias, poniendo en práctica tu creatividad, sentido estratégico y habilidades de comunicación. Aprovecha este espacio para conectar la teoría con casos empresariales y aportar tu visión original acerca de cómo gestionar profesionalmente las redes sociales.

Role playing y estado de avance

- En esta lección de repaso consolidarás los conceptos clave tratados en la unidad mediante dos actividades prácticas: un repaso interactivo con tarjetas didácticas y una simulación de roleplay empresarial con tu director digital. Reforzarás tu comprensión sobre tipos de redes, métricas, integración corporativa, protocolos de crisis y mejores prácticas para optimizar tu desempeño profesional.
- Las actividades te preparan para poner en práctica todo lo aprendido, aplicar criterios estratégicos en escenarios realistas y autoevaluar tu estado de avance de manera crítica y constructiva.

Evaluación de la unidad

- En esta evaluación pondrás a prueba tu comprensión sobre los fundamentos, integración y buenas prácticas para el uso empresarial de las redes sociales. Responde las preguntas seleccionando la opción que consideres correcta para cada caso, aplicando lo que aprendiste en la unidad.

**Unidad 2.-Plataformas visuales y estrategias de marketing**

Para comenzar

- En esta lección introductoria descubrirás por qué las plataformas visuales se han convertido en herramientas clave para el marketing empresarial. Conocerás los conceptos básicos, ejemplos inspiradores y las claves para elegir y medir las redes sociales más adecuadas según los objetivos de negocio. Al final, pondrás a prueba tus conocimientos y te prepararás para aprovechar al máximo los temas que encontrarás en la unidad.

YouTube: marketing audiovisual

- En esta lección profundizaremos en el ecosistema de YouTube como pilar de estrategias visuales para empresas. Aprenderás a diseñar contenido audiovisual con objetivos de negocio, entender el funcionamiento de los algoritmos, combinar formatos (vídeo largo, Shorts, directos y podcasts), analizar métricas clave y elaborar calendarios alineados a los distintos momentos del embudo de marketing. Descubrirás ejemplos de marcas reales, modelos de integración, tendencias 2025-2026, recomendaciones para accesibilidad y nuevas oportunidades de monetización y medición.

Instagram y Pinterest: atracción visual

- Descubre la sinergia entre Instagram y Pinterest, las dos plataformas principales para construir marca, inspirar audiencias y convertir interés visual en ventas concretas. Aprende cómo funcionan sus algoritmos, cuáles son los formatos visuales que más convierten, cómo diseñar estrategias orgánicas y de pago, y cómo analizar los KPIs clave para maximizar resultados en marketing visual. Esta lección incluye casos prácticos, plantillas, tendencias 2025 y herramientas para que domines la economía de la inspiración visual, integrando ambas redes en tu embudo de marketing y ventas.

Otras redes sociales y tendencias emergentes

- Explora el universo de plataformas sociales emergentes más allá de los gigantes tradicionales como Facebook, Instagram y LinkedIn. Esta lección te permitirá comprender qué son las redes emergentes, cómo funcionan sus comunidades, qué oportunidades de negocio abren y qué métricas te ayudarán a medir su impacto verdadero. Desde el streaming en vivo de Twitch hasta el fediverso de Mastodon, pasando por mundos híbridos como Roblox, BeReal o Discord, descubrirás marcos prácticos para experimentar con nuevos canales sin poner en riesgo tu presupuesto y reputación.
- Analizaremos casos reales, modelos de monetización, riesgos y estrategias de medición, permitiéndote identificar si vale la pena explorar nuevas plataformas y cómo hacerlo de forma controlada. Saldrás equipado con marcos de análisis y consejos accionables para crear tu propio laboratorio digital y mantener a tu marca en la frontera de la innovación social.

Selección de redes y medición de resultados

- ¿Cómo elegir las plataformas sociales adecuadas para tu marca y medir el verdadero impacto de tus acciones? En esta lección aprenderás a tomar decisiones estratégicas sobre dónde invertir tu energía y presupuesto en redes sociales visuales. Profundizarás en la priorización de canales, el diseño de sistemas de medición efectivos y la interpretación práctica de indicadores como CTR, ROAS, LTV y CAC. A través de tablas, ejemplos, herramientas y métodos de análisis multitáctil, descubrirás cómo vincular la creatividad con los resultados de negocio, evitando errores comunes y construyendo dashboards accionables. Sabrás defender tu inversión en social media con datos y argumentos sólidos, adaptando tu estrategia a la evolución del ecosistema digital.

Las redes sociales como herramienta de marketing

- En esta lección aprenderás a transformar las redes sociales visuales en un motor estratégico de marketing, recorriendo desde la planeación de campañas y la medición de resultados hasta la integración con CRM, la creatividad basada en IA, la gestión de comunidades y la prevención de crisis. Descubrirás cómo estructurar y optimizar cada acción para convertir la atención digital en crecimiento de ventas, lealtad y diferenciación real de marca.
- A través de ejemplos prácticos, infografías y actividades interactivas, dominarás indicadores clave como ROAS, CAC y VTR, y pondrás en práctica enfoques avanzados como atribución multitáctil, optimización creativa y estrategias de fidelización con UGC. Al finalizar, tendrás una visión clara de cómo conectar datos, contenido y comunidad, incluso en entornos complejos y cambiantes.

Ejercicio práctico de libre expresión escrita

- En esta lección tendrás la oportunidad de poner en práctica de forma creativa y argumentada los conocimientos adquiridos sobre plataformas visuales y estrategias de marketing en redes sociales empresariales. Resolverás situaciones de marketing

real o ficticio, seleccionando redes, proponiendo indicadores y elaborando un calendario editorial basado en objetivos de negocio.
- Estos ejercicios están diseñados para fomentar tu pensamiento estratégico y tu capacidad de conectar ideas con acciones y resultados reales, preparándote para enfrentar desafíos auténticos en la gestión de redes sociales corporativas.

Role playing y estado de avance

- Esta lección de repaso te ayudará a consolidar y aplicar los contenidos clave de la unidad. Comenzarás con tarjetas didácticas que abarcan conceptos, métricas y estrategias vistos en la unidad. Después, pondrás en práctica tus conocimientos mediante un role play interactivo con una situación realista de análisis y optimización de redes sociales. El objetivo es que revises los indicadores principales, refuerces tu comprensión y desarrolles habilidades críticas.

Evaluación de la unidad

- Pon a prueba lo que has aprendido en la unidad. A continuación, responde una serie de preguntas de opción múltiple que abarcan los conceptos, herramientas, métricas y estrategias trabajadas en cada lección. Este test te permitirá consolidar tu dominio de los temas clave y prepararte para su aplicación en situaciones reales.
- Recuerda: la evaluación cubre temas como algoritmos y formatos de plataformas visuales, analítica y KPIs, marketing de contenidos, selección de redes, experimentación, accesibilidad y gestión de riesgos.

Evaluación final

- Esta evaluación final consolida los conocimientos y habilidades adquiridas durante el curso. Demuestra tu dominio sobre integración corporativa, plataformas relevantes, estrategias de contenido, análisis de métricas, gestión de crisis y tendencias emergentes aplicadas al marketing digital y la comunicación profesional. Lee atentamente cada sección, responde a las preguntas y, en la parte escrita, aplica tu pensamiento estratégico y experiencia a escenarios empresariales.