

COMM045PO_Marketing básico en medios sociales



Sku: PC909

Horas: 25

Formato: HTML

OBJETIVOS

Aplicar técnicas básicas para la creación de contenidos, conversación y escucha en los medios sociales de las nuevas comunidades virtuales, así como medición de la actividad.

CONTENIDOS

La Web 2.0 en la empresa.

Para comenzar.

Bienvenido a la unidad. En esta lección introductoria descubrirás cómo la web pasó de ser un escaparate estático a un entorno vivo e interactivo, donde la conversación y la co-creación son clave para el éxito empresarial.

Exploraremos los conceptos y avances más relevantes que han transformado nuestra manera de comunicar, innovar y trabajar en equipo. Al finalizar, podrás identificar los ejes centrales de la Web 2.0 y estarás preparado para profundizar en sus oportunidades y retos en los próximos capítulos.

Evolución de la web: de la 1.0 a la 2.0.

Esta lección explora la transformación de la web desde sus inicios como colección de páginas estáticas hasta el ecosistema dinámico y participativo de la Web 2.0. A través de una combinación de historia, avances tecnológicos, características principales, y casos reales de negocio, el estudiante comprenderá cómo el modelo de relación entre empresas y usuarios cambió radicalmente y sentó las bases para la innovación, la colaboración y el marketing actual.

Además, se analizarán las bases técnicas como AJAX, APIs y SaaS, los hitos históricos y corporativos que impulsaron el paso de la Web 1.0 a la 2.0, y se revisarán ejemplos emblemáticos de plataformas y empresas. Finalmente, se abordarán retos, buenas prácticas y tendencias inmediatas del futuro web.

Características de la web 2.0 y oportunidades para empresas.

En esta lección, descubrirás las características fundamentales de la Web 2.0, cómo estas transformaron la interacción en internet y por qué siguen generando oportunidades para empresas grandes y pequeñas. Analizaremos las bases técnicas y sociales de la Web 2.0, su impacto en el marketing digital y los nuevos modelos de negocio, además de riesgos y retos actuales. Además, se presentarán ejemplos prácticos y herramientas para convertir la conversación digital en crecimiento y distinguir a tu organización en la era social.

Áreas clave de actuación empresarial en la web social.

En esta lección estudiaremos las doce áreas estratégicas que las empresas deben dominar para triunfar en la Web 2.0 y potenciar el valor de sus marcas, productos y servicios. Aprenderás a identificar cada área, desde branding digital y soporte al cliente, hasta social commerce, innovación abierta, gestión de talento y analítica avanzada. Abordaremos herramientas, ejemplos reales de Iberoamérica y el mundo, métricas clave y retos frecuentes, además de buenas prácticas y tendencias de futuro. Al finalizar, contarás con una hoja de ruta y los conocimientos necesarios para diseñar y ejecutar una estrategia empresarial sólida en la web social.

Herramientas colaborativas para extender el trabajo empresarial.

En esta lección descubriremos cómo las herramientas colaborativas han transformado la manera de trabajar en las empresas modernas. Analizaremos los fundamentos de la colaboración digital, el ecosistema actual de soluciones (desde chat y videollamadas hasta gestión de proyectos y automatización), buenas prácticas para su adopción y medición de resultados. Profundizaremos en casos de éxito, la importancia de la cultura y la seguridad, y las tendencias que moldearán el futuro del trabajo colaborativo en entornos Web 2.0. Este conocimiento te permitirá seleccionar, implementar y sacar el máximo provecho de las tecnologías colaborativas para mejorar productividad, innovación y satisfacción en cualquier organización.

Estrategias de presencia corporativa en la web 2.0.

En esta lección aprenderás las claves para construir, potenciar y proteger la presencia digital de una empresa en el ecosistema Web 2.0. Analizaremos desde los fundamentos estratégicos, la auditoría de activos y la selección de canales, hasta el diseño de contenidos innovadores, gestión de riesgos y la integración de tecnologías emergentes como IA y social commerce. Cada capítulo combina teoría, buenas prácticas y ejemplos reales para que puedas diseñar una experiencia digital relevante, coherente y sostenible.

Al finalizar, dominarás las herramientas para transformar la huella digital de cualquier negocio, conectar con audiencias, medir resultados y anticipar tendencias en un entorno de conversación permanente y cambio acelerado.

Casos de éxito en web 2.0 empresarial.

Explora a fondo cómo empresas líderes han aprovechado la Web 2.0 para escuchar, co-crear, personalizar, escalar ventas y construir comunidades sólidas. A través de ejemplos reales y diversos sectores, descubrirás qué tácticas, tecnologías y procesos han generado resultados medibles y transformadores. Analizaremos tanto los éxitos más icónicos como los aprendizajes aplicables para el marketing básico en medios sociales, con el objetivo de que puedas adaptar estas estrategias a tu propio entorno profesional.

Al finalizar, serás capaz de identificar patrones de éxito, valorar los riesgos y elegir palancas clave para convertir la participación digital en crecimiento sostenible. Incluye una guía visual, checklist y actividades prácticas para consolidar el aprendizaje.

Ejercicio práctico de libre expresión escrita.

En esta lección tendrás la oportunidad de aplicar de manera práctica lo aprendido sobre la Web 2.0 en el entorno empresarial. A través de ejercicios de redacción libre, pondrás a prueba tu capacidad para analizar, diagnosticar y proponer mejoras creativas en el ámbito digital, conectando conceptos clave como UGC, interactividad y cocreación. Este tipo de actividad te permite desarrollar pensamiento crítico y propuestas originales con impacto real.

Role playing y estado de avance.

En esta lección de repaso, consolidarás los conocimientos adquiridos sobre la Web 2.0 en el contexto empresarial a través de actividades prácticas y dinámicas. Primero, usarás tarjetas didácticas para afianzar conceptos clave, herramientas y ejemplos relevantes. Luego, pondrás a prueba tus competencias participando en una simulación de crisis de reputación como Community Manager, aplicando protocolos y métricas en un rol activo.

Evaluación de la unidad.

Pon a prueba tus conocimientos sobre los conceptos fundamentales y aplicaciones de la Web 2.0 en la empresa. Esta evaluación cubre tecnologías, estrategias, métricas, casos de éxito y buenas prácticas vistas en la unidad.

Recuerda que el objetivo es consolidar lo aprendido para que puedas aplicarlo en el mundo real.

Crear contenidos y conversar en medios sociales.

Para comenzar.

Bienvenido y bienvenida a la unidad «Crear contenidos y conversar en medios sociales». Aquí descubrirás por qué la creación de contenido relevante, la conversación activa y la medición inteligente son claves para el éxito en redes sociales. A lo largo de la unidad conocerás las tendencias globales, los distintos tipos de plataformas, los fundamentos del contenido atractivo y las herramientas de gestión profesional. Prepárate para explorar conceptos actuales y prácticos que transformarán tu manera de interactuar y comunicar en entornos digitales.

Panorama del social media.

Esta lección explora en profundidad el ecosistema global de los medios sociales en 2025: cifras clave, plataformas dominantes, evolución de formatos y tendencias, características demográficas, el papel de los algoritmos y la inteligencia artificial, regulación, retos éticos y buenas prácticas empresariales. A través de ejemplos, cuadros comparativos y actividades, entenderás las dinámicas principales que marcan el marketing y la gestión de marcas en redes sociales. Al finalizar podrás analizar los distintos actores, identificar oportunidades y anticipar desafíos en la gestión profesional de presencia y campañas digitales.

Tipos de redes sociales y sus audiencias.

Aprende a identificar, clasificar y comparar los principales tipos de redes sociales, sus audiencias y usos estratégicos para el marketing digital. Esta lección desglosa diez familias de plataformas, explora sus ventajas, desventajas y mejores prácticas, e introduce ejemplos actualizados del ecosistema social media en 2025. Desarrollarás criterios sólidos para asignar recursos, diseñar mensajes efectivos y elegir indicadores de desempeño adecuados según los objetivos de tu proyecto.

Creación de contenidos atractivos.

Aprenderás a diseñar contenidos que realmente destacan en los medios sociales: cómo captar la atención en los primeros segundos, construir mensajes claros y persuasivos, aprovechar la psicología del usuario digital, aplicar buenas prácticas visuales, de redacción y accesibilidad, y medir el impacto real de las publicaciones. La lección combina teoría y ejemplos prácticos para ayudarte a crear piezas irresistibles que inspiran, educan, venden y construyen reputación.

Herramientas para la gestión de redes sociales.

Una buena gestión de redes sociales no depende solo de creatividad, sino también de la capacidad para organizar, analizar y automatizar tareas en un entorno cada vez más complejo y regulado. En esta lección explorarás el ecosistema actual de herramientas para la gestión profesional de redes sociales en 2025: programación, escucha, analítica, automatización, gobierno y cumplimiento. Conocerás suites líderes (Hootsuite, Buffer, Metricool, etc.), criterios de selección, buenas prácticas, casos reales y flujos de automatización sin necesidad de programar. Aprenderás a diseñar y optimizar operaciones sociales, ahorrar tiempo, reducir errores y medir tu impacto.

Al finalizar, dominarás el menú de funciones y las tendencias clave para transformar tu operación social media en una ventaja competitiva sostenible, escalable y segura.

Planificación de campañas de marketing 2.0.

¿Cómo se planifican campañas de marketing 2.0 en redes sociales que realmente convierten y cumplen con la normativa actual? En esta lección aprenderás a alinear datos, creatividad y tecnología para diseñar campañas multicanal con resultados medibles. Profundizaremos en marcos como SOSTAC® y PESO, la mentalidad datadriven, la

investigación de audiencia, la selección ponderada de canales y el presupuesto efectivo. También trabajaremos la integración de automatizaciones, la accesibilidad, la seguridad y la medición avanzada por KPI. Con ejemplos reales, tablas prácticas e infografías, podrás diseñar, ejecutar y justificar tu próxima campaña digital como un profesional.

Publicidad y promociones en social media.

En esta lección te sumergirás en el mundo de la publicidad y las promociones en redes sociales, profundizando en conceptos, estrategias y herramientas para dominar campañas pagadas y activaciones orgánicas en canales clave como Instagram, TikTok, Facebook, WhatsApp, LinkedIn y más. Descubrirás el ecosistema publicitario actual, los formatos más eficaces, cómo segmentar audiencias, calcular y optimizar presupuestos, analizar resultados mediante KPIs, e integrar la creatividad con la regulación vigente. Aprenderás a diseñar anuncios que convierten, campañas omnicanal éticas y promociones que generan comunidad, todo con ejemplos reales, datos de mercado y actividades prácticas para poner en acción tus conocimientos.

Ejercicio práctico de libre expresión escrita.

En esta lección pondrás en práctica tu creatividad y pensamiento crítico mediante ejercicios de redacción libre, aplicando los conceptos y herramientas aprendidas sobre creación de contenidos, conversación y gestión profesional en medios sociales. Tendrás la oportunidad de plantear estrategias reales para redes, analizar contenido con mirada experta y ensayar respuestas ante situaciones desafiantes del entorno digital.

Aprovecha esta ocasión para explorar ideas originales, reflexionar sobre buenas prácticas de marketing y mostrar tu dominio en la planificación, ejecución y evaluación de contenidos efectivos y éticos en el panorama actual de social media.

Role playing y estado de avance.

En esta lección de repaso, consolidarás los conceptos esenciales sobre creación de contenidos, gestión de redes sociales, planificación estratégica y manejo de crisis digital que has practicado en la unidad. Iniciarás repasando las claves mediante tarjetas didácticas y luego simularás un roleplay con un tutor IA, poniendo a prueba tu habilidad para diseñar y justificar campañas efectivas, responder situaciones reales y analizar tus avances.

Evaluación de la unidad.

Pon a prueba tus conocimientos sobre la creación de contenidos y la conversación en medios sociales. Este test abarca conceptos clave como métricas, planificación editorial, herramientas de gestión, campañas pagadas, accesibilidad y gestión de crisis estudiados a lo largo de la unidad. Responde cuidadosamente a cada pregunta para consolidar tu aprendizaje y autoevaluar tu comprensión.

Escuchar y medir en medios sociales.

Para comenzar.

En esta lección introductoria descubrirás por qué escuchar y medir en medios sociales es imprescindible para el éxito de cualquier estrategia digital. Repasaremos conceptos básicos como la diferencia entre monitoreo y escucha, qué son los KPI y por qué medir bien impacta directamente en tu reputación, presupuesto e innovación. Conocerás los retos y oportunidades actuales, y te prepararás para abordar el análisis, la gestión de crisis, la ética y las herramientas clave en las próximas lecciones. ¡Bienvenido a la unidad donde los datos hablan y guían la acción!

Indicadores y KPI en social media.

En esta lección aprenderás qué son los indicadores clave de desempeño (KPI) en social media, cómo se diferencian de las métricas simples, cuáles son los más relevantes en 2025-2026 y cómo aplicarlos para medir, analizar y mejorar la presencia digital de cualquier organización. Revisarás ejemplos prácticos, fórmulas y casos reales para convertir los datos en decisiones de negocio, además de descubrir las mejores herramientas y saber cómo presentar esos resultados con rigor profesional.

Herramientas de monitorización y escucha activa.

En esta lección aprenderás a fondo las herramientas líderes y los métodos prácticos para monitorizar y escuchar la conversación social. Profundizaremos en suites comerciales y de código abierto, tecnologías de IA, integraciones no-code, gobernanza, accesibilidad y casos prácticos reales. Aprenderás a seleccionar, configurar y aprovechar plataformas como Sprout Social, Brandwatch, Metricool y más, convirtiendo datos dispersos en insights accionables para proteger y potenciar tu marca.

Al avanzar, dominarás desde la anatomía de una suite de escucha profesional hasta la configuración de alertas automatizadas, integraciones con BI y CRM, y las últimas tendencias del sector. Todo con ejemplos, visuales sugeridos y actividades para consolidar tu aprendizaje.

Análisis de resultados: limitaciones, éxitos y fracasos.

En esta lección aprenderás a transformar una maraña de métricas en insights accionables. Analizaremos las limitaciones de los datos en social media, los tipos de errores comunes, cómo identificar verdaderos éxitos y fracasos, y cómo convertir las conclusiones en planes de mejora. Practicarás la aplicación de frameworks como LÉ-E y C-A-P-A, analizarás casos reales y experimentarás con herramientas que te ayudarán a pasar del dato a la decisión.

Este recorrido te invita a dominar no solo el qué, sino el por qué y el cómo detrás de cada resultado, fortaleciendo tu capacidad de interpretación crítica, narrativa de datos y propuesta estratégica en el entorno de los medios sociales.

Gestión de crisis paso a paso.

En esta lección aprenderás el proceso integral de gestión de una crisis de reputación en redes sociales, desde la prevención y detección temprana hasta la respuesta,

monitorización, aprendizaje y recuperación. Descubrirás cómo aplicar frameworks modernos como PACE 2 y HEAT, integrar la inteligencia artificial y la accesibilidad, y vincular cada fase a indicadores clave de desempeño. Analizaremos casos reales, buenas prácticas y errores frecuentes para que puedas transitar de la reacción instintiva a la actuación profesional y proactiva ante cualquier evento crítico.

Legislación y ética en redes sociales.

El entorno de las redes sociales está regulado por normas legales y principios éticos que impactan directamente en la reputación, la confianza del usuario y la viabilidad de cualquier campaña digital. Esta lección explora tanto el marco normativo —como RGPD, DSA, LGPD y el borrador de la AIAct—, como las buenas prácticas éticas relacionadas con la transparencia, la accesibilidad, la privacidad, y el uso responsable de la inteligencia artificial. Aprenderás cómo cumplir requisitos legales internacionales y locales, gestionar la protección de datos y los derechos de autor, diseñar campañas inclusivas y éticas, y evitar crisis reputacionales y sanciones. Cada capítulo incluye ejemplos reales, listas de control prácticas y reflexiones para que puedas aplicar estos principios de forma inmediata en tu área profesional.

Elaboración de informes y presentación de resultados.

Dominar la elaboración de informes y la presentación de resultados es clave para transformar métricas sociales en acciones de negocio efectivas. En esta lección aprenderás a estructurar reportes profesionales de Social Media, a elegir los KPI adecuados, a narrar datos de manera atractiva y a garantizar la accesibilidad, la legalidad y el impacto en la toma de decisiones directivas. Aprenderás también a adaptar tu informe a diferentes públicos, a vincular resultados con ingresos y ahorrar costes, y a emplear herramientas de visualización y storytelling para convencer y orientar a todos los actores clave dentro y fuera de la organización.

Ejercicio práctico de libre expresión escrita.

En esta lección pondrás en práctica tu capacidad de análisis, creatividad y síntesis aplicando los principales conceptos de la escucha y medición en medios sociales. A través de ejercicios prácticos y reflexivos, demostrarás cómo elegir, implementar y justificar indicadores clave, además de diseñar respuestas éticas y estrategias de gestión de crisis.

Este tipo de actividad te brinda la oportunidad de expresar ideas originales, conectar teoría y realidad profesional, y fortalecer competencias esenciales para el entorno digital actual.

Role playing y estado de avance.

En esta lección de repaso, consolidarás todos los conocimientos adquiridos sobre escucha y medición en medios sociales. Comenzarás reforzando conceptos clave a través de tarjetas didácticas, y luego pondrás en práctica tu aprendizaje con una simulación de crisis reputacional realista. Esta dinámica te prepara para aplicar estrategias y métricas en situaciones reales, mejorando tu toma de decisiones y capacidad de respuesta profesional antes de enfrentar la evaluación de la unidad.

Evaluación de la unidad.

Pon a prueba tus conocimientos sobre escucha y medición en medios sociales. En este test deberás aplicar conceptos clave como KPI, métricas de vídeo, gestión de crisis, gobernanza de datos y ética en social media. Supera el test para demostrar todo lo aprendido en la unidad.

Evaluación final.

Evaluación final.

En esta lección pondrás a prueba tu dominio integral sobre el marketing en medios sociales: desde la evolución de la web y la creación de contenidos hasta la gestión de campañas y la medición de resultados. Deberás responder preguntas variadas sobre conceptos, herramientas, legislación, indicadores y buenas prácticas, demostrando tu capacidad para aplicarlos de forma profesional y ética. Al final encontrarás un ejercicio escrito para reflexionar y analizar situaciones reales.

Lee atentamente cada apartado antes de responder y aprovecha la oportunidad para consolidar y demostrar tus conocimientos aplicados.