

# Especialista en Redes Sociales 2.0 y Social Media Strategy 19\_

## Modalidad:

e-learning con una duración 112 horas

## Objetivos:

- Comprender la evolución de la Web 1.0 a la Web 2.0.
- Aprender a utilizar las diferentes aplicaciones surgidas a partir de la Web 2.0.
- Describir las bases de la arquitectura de la participación en la Web 2.0.
- Definir el Concepto de usabilidad del contenido Web 2.0.
- Conocer las principales redes sociales.
- Aprender a darse de alta en las principales redes sociales.
- Conocer las principales ventajas y desventajas del uso de las Redes Sociales.
- Enfocar el crecimiento y la mejora del posicionamiento de una empresa a través de las redes sociales.

## Contenidos:

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ECOSISTEMA 2.0 Y SOCIAL MEDIA

Definición de la Web 2.0

Tipos de redes sociales

Importancia actual del social media

El prosumer

Marketing viral

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

¿Qué es un Community Manager y de qué se encarga?

---

Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager  
Funciones y responsabilidades de un Community Manager  
Los objetivos de un Community Manager  
Tipos de Community Manager

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. FACEBOOK, X Y LINKEDIN

Red social generalista: Facebook  
Microblogging: X  
La red social de los profesionales y reclutamiento: LinkedIn

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. YOUTUBE, INSTAGRAM Y PINTEREST

El poder del vídeo: YouTube  
Imagen y branding: Instagram  
Red de nicho: Pinterest

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. SOCIAL MEDIA PLAN

Elección de canales  
Planificación de la estrategia  
El contenido es el rey  
Social Media Engagement  
ORM: Online Reputation Management

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

Social Listening  
Uso de chatbots en Facebook Messenger  
Instagram Direct y gestión de comentarios  
X como canal de atención al cliente

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. BLOGGING Y WORDPRESS

Definición y funciones del blog  
Sistema de gestión de contenidos o CMS: Wordpress  
Configuración inicial de Wordpress  
Páginas de WordPress  
Diseño del blog  
Publicación de contenidos  
Gestión de comentarios  
Plugins para optimizar el SEO

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION: HERRAMIENTAS PARA ACCIONES DE SMO

Herramientas básicas  
Herramientas de gestión  
Herramientas de multiposting  
Herramientas de gestión integral  
Herramientas de monitorización integral

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTRODUCCIÓN AL COPYWRITING

¿Qué es el copywriting?  
Conectar, emocionar y convencer  
Principales técnicas de copywriting  
SEO para Copywriting  
La importancia de los títulos

## UNIDAD DIDÁCTICA 10. ANALÍTICA EN SOCIAL MEDIA

---

Facebook Insights  
Estadísticas de Instagram  
X Analytics  
Analítica en LinkedIn  
YouTube Analytics