

GESTIÓN DE REDES SOCIALES EN LA ORGANIZACIONES

GESTIÓN DE REDES SOCIALES EN LA ORGANIZACIONES

Duración: 60 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Objetivos:

Descripción: Fomentar las habilidades de comunicación y negociación a través de las redes sociales. Utilizar el lenguaje como herramienta al servicio de la comunicación y de la comprensión de la realidad. Promover el aprendizaje autónomo online desde el punto de vista lingüístico-discursivo. Fundamentación: A través de esta formación, el alumno conocerá los elementos y las formas de comunicación escrita y el archivo de la documentación en las organizaciónes. Dentro de la comunicación también se realiza un estudio de las distintas redes sociales en las organizaciones y como estas son gestionadas y empleadas para la comunicación. Por otra parte, profundiza en el estudio del protocolo social y empresarial, para conocer en pautas y mecanismos hay que seguir en la comunicación protocolarizada. Como nexo de unión de las diferentes técnicas de comunicación en las organizaciones se realiza el estudio de la organización y planificación de las tareas en la empresa, para de este modo, posibilitar que a través del estudio de la gestión administrativa se conocer e implementar los distintos mecanismos de comunicación y realizar una gestión integral.

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

TEMA 1. PRINCIPALES REDES SOCIALES Y PROFESIONALES

INTRODUCCIÓN
1.DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LAS REDES SOCIALES
- 1.1.Definición
- 1.2.Características de las redes sociales
- 1.3.Funcionamiento de las redes sociales
- 1.4.Usos y utilidades de las redes sociales
- 1.5.Ventajas y desventajas de las redes sociales
- 1.6.Tipos de redes sociales
- 1.7.Algunos datos sobre las redes sociales en España y el mundo

2.REDES SOCIALES GENERALES
- 2.1.Facebook
- 2.2.Tuenti
- 2.3.Twitter

3.REDES SOCIALES PROFESIONALES
- 3.1.LinkedIn
- 3.2.Xing

4.OTROS MEDIOS SOCIALES ESPECIALIZADOS
- 4.1.Blogs
- 4.2.Youtube
- 4.3.Flickr
- 4.4.Slideshare
- 4.5.Menéame
- 4.6.Foursquare

5.LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

TEMA 2. DINAMIZACION Y POSICIONAMIENTO WEB

INTRODUCCIÓN
1.TENDENCIAS EN INTERNET
- 1.1.Tendencias globales
- 1.2.Tendencias en España

© icaformación2026

1.3.Economía de la larga estela (The Long Tail)
1.4.El precio de los productos y servicios en Internet
2.LA REPUTACIÓN ON LINE
2.1.Concepto
2.2.Riesgos que presenta
2.3.Cómo medir la reputación online
2.4.Prevención y control de la reputación
2.5.Herramientas de monitorización y gestión de la reputación
3.DINAMIZACIÓN SOCIAL: COMMUNITY MANAGER
3.1.El community manager
4.POSICIONAMIENTO WEB
4.1.SEO
4.2.SEM

TEMA 3. PLAN DE MARKETING EN REDES SOCIALES

INTRODUCCIÓN
1.ELEMENTOS DE UN PLAN DE MARKETING
1.1.Elementos básicos del marketing
1.2.Etapas de un plan de marketing
1.3.Estrategias de comunicación
2.MARKETING ONLINE
2.1.Estrategias de marketing digital
2.2.Publicidad en Internet
2.3.Tendencias de marketing digital para 2011
3.EL PLAN DE SOCIAL MEDIA MARKETING (SMM)
3.1.Plan de social media
3.2.Ejemplos de acciones empresariales en medios sociales

© icaformación2026