

Organiza:



Cofinancian:



PLAN FORMATIVO MODALIDAD I

Modalidad Acción: TELEFORMACIÓN
Nº de la Acción: FPTO/2018/926/033
Familia Profesional: COM / COMERCIO Y MARKETING
Tipo Especialidad: NUEVA ESPECIALIDAD

9GHF5H9; 5G9B'F989G'GC7-5 @G'M7CAAI B+MA5B5; 9F

Objetivo general del curso:

CONOCER LAS DIVERSAS POSIBILIDADES QUE EL MARKETING DIGITAL Y LAS REDES SOCIALES OFRECEN AL DESARROLLO Y PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL, ADQUIRIENDO LAS HABILIDADES NECESARIAS PARA DESARROLLAR UNA ESTRATEGIA DE MARKETING EN REDES SOCIALES.

Desglose de horas de la acción formativa:

TELEFORMACIÓN	
Total	50
Horas Teleformación	50

Contenidos:

MÓDULOS FORMATIVOS

- LAS REDES SOCIALES
- ESTRATEGIA EN REDES SOCIALES
- LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

TOTAL HORAS ESPECIALIDAD: 50

Descripción de los Módulos Formativos

Módulo: LAS REDES SOCIALES
Horas: 20
Orden: 1

Competencias Profesionales a adquirir:

COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS.

- CONOCER LA EVOLUCIÓN DE LAS REDES SOCIALES
- CONOCER LAS PRINCIPALES REDES SOCIALES, SUS CARACTERÍSTICAS Y SUS USOS EN EL MUNDO EMPRESARIAL
- ENTENDER EL CONCEPTO DE BRANDING Y SU IMPORTANCIA
- ENTENDER EL CONCEPTO DE REPUTACIÓN ONLINE Y SU IMPORTANCIA

Organiza:



Cofinancian:



COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:

- ANALIZAR LA EVOLUCIÓN DE LAS REDES SOCIALES
- CLASIFICAR LAS REDES SOCIALES SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS Y USOS
- REALIZAR UN ANÁLISIS DE LAS MEJORES REDES SOCIALES QUE SE DEBEN UTILIZAR SEGÚN EL TIPO DE ORGANIZACIÓN
- ELABORAR UNA ESTRATEGIA DE BRANDING EN LAS REDES SOCIALES DE UNA ORGANIZACIÓN
- ELABORAR UNA ESTRATEGIA DE ANÁLISIS Y MEJORA DE LA REPUTACIÓN ONLINE DE UNA ORGANIZACIÓN

Contenidos Específicos:

CONTENIDOS TEÓRICOS:

1. EVOLUCIÓN DE LAS REDES SOCIALES
2. PRINCIPALES REDES SOCIALES, USO Y ESTADÍSTICAS
3. LAS REDES SOCIALES APLICADAS A NEGOCIO
4. BRANDING EN REDES SOCIALES
5. CONCEPTO DE REPUTACIÓN ONLINE

CONTENIDOS PRÁCTICOS:

- DESARROLLAR UNA ESTRATEGIA DE BRANDING EN LAS REDES SOCIALES DE UNA ORGANIZACIÓN CONCRETA
- ELABORAR UN INFORME DE LA EVOLUCIÓN DE LAS REDES SOCIALES, INDICANDO SUS CARACTERÍSTICAS Y PRINCIPALES USOS EMPRESARIALES
- ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DE VARIAS MARCAS CON EL CLIENTE Y LA INFLUENCIA EN SU REPUTACIÓN ONLINE
- REALIZAR UNA ESTRATEGIA DE BRANDING DE UNA ORGANIZACIÓN CONCRETA

Planificación de la Evaluación. Relacionar capacidades-instrumentos-momentos.

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
3. REALIZAR UN ANÁLISIS DE LAS MEJORES REDES SOCIALES QUE SE DEBEN UTILIZAR SEGÚN EL TIPO DE ORGANIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none">- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.- INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO- TEST DE EVALUACIÓN.	<ul style="list-style-type: none">- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO- TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO
1. ANALIZAR LA EVOLUCIÓN DE LAS REDES SOCIALES	<ul style="list-style-type: none">- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.- INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO- TEST DE EVALUACIÓN.	<ul style="list-style-type: none">- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO- TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO
5. ELABORAR UNA ESTRATEGIA DE ANÁLISIS Y MEJORA DE LA REPUTACIÓN ONLINE DE UNA ORGANIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none">- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.- INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO- TEST DE EVALUACIÓN.	<ul style="list-style-type: none">- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO- INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO.- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO- TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO
2. CLASIFICAR LAS REDES SOCIALES SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS Y USOS	<ul style="list-style-type: none">- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO- TEST DE EVALUACIÓN.	<ul style="list-style-type: none">- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO- TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO
4. ELABORAR UNA ESTRATEGIA DE BRANDING EN LAS REDES SOCIALES DE UNA ORGANIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none">- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO.- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO- TEST DE EVALUACIÓN.	<ul style="list-style-type: none">- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO- RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO- TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO

Módulo: ESTRATEGIA EN REDES SOCIALES

Horas: 16

Orden: 2

Organiza:



Cofinancian:



Competencias Profesionales a adquirir:

COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:

- CONOCER LAS FASES DE UN PLAN SOCIAL MEDIA
- ENTENDER LA IMPORTANCIA DE REALIZAR UNA CORRECTA GESTIÓN DE CRISIS EN REDES SOCIALES, Y SU INFLUENCIA POSITIVA O NEGATIVA EN LA REPUTACIÓN ONLINE DE LA ORGANIZACIÓN
- CONOCER LAS HERRAMIENTAS PARA ESTAR AL DÍA Y ATENTO DE TODO LO QUE SE DICE SOBRE LA EMPRESA Y LA COMPETENCIA (ESCUCHA ACTIVA).

COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:

- ELABORAR UN PLAN DE SOCIAL MEDIA
- ANALIZAR LOS ERRORES MÁS COMUNES QUE SUELEN REALIZAR LAS EMPRESAS AL GESTIONAR UNA CRISIS EN REDES SOCIALES
- ELABORAR UNA ESTRATEGIA DE MONITORIZACIÓN Y ESCUCHA ACTIVA EN REDES SOCIALES.
- ELABORAR UN INFORME CON EL RESULTADO DEL ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL EN REDES SOCIALES.

Contenidos Específicos:

CONTENIDOS TEÓRICOS:

- 1 EL PLAN DE SOCIAL MEDIA
- 2 GESTIÓN DE CRISIS EN REDES SOCIALES
- 3 MONITORIZACIÓN Y ESCUCHA ACTIVA
- 4 ANÁLISIS DE RESULTADOS

CONTENIDOS PRÁCTICOS:

- ANALIZAR LAS TÉCNICAS DE SOCIAL MEDIA A LLEVAR A CABO EN UNA ORGANIZACIÓN EN FUNCIÓN DE LAS TENDENCIAS DEL MARKETING DIGITAL Y LAS REDES SOCIALES.
- ANALIZAR LA GESTIÓN DE CRISIS REALIZADA POR VARIAS ORGANIZACIONES Y SUS CONSECUENCIAS
- DESARROLLAR UNA ESTRATEGIA DE ESCUCHA ACTIVA EN REDES SOCIALES
- DISEÑAR UN PLAN DE SOCIAL MEDIA

Planificación de la Evaluación. Relacionar capacidades-instrumentos-momentos.

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
3. ELABORAR UNA ESTRATEGIA DE MONITORIZACIÓN Y ESCUCHA ACTIVA EN REDES SOCIALES	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO -- TEST DE EVALUACIÓN. 	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO - TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO
4. ELABORAR UN INFORME CON EL RESULTADO DEL ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL EN REDES SOCIALES	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO -- TEST DE EVALUACIÓN. 	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO - TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO
2. ANALIZAR LOS ERRORES MÁS COMUNES QUE SUELEN REALIZAR LAS EMPRESAS AL GESTIONAR UNA CRISIS EN REDES SOCIALES	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO -- TEST DE EVALUACIÓN. 	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO - TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO
1. ELABORAR UN PLAN DE SOCIAL MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO -- TEST DE EVALUACIÓN. 	<ul style="list-style-type: none"> - AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO - TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO

Módulo: LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

Horas: 14

Organiza:



Cofinancian:



Orden: 3

Competencias Profesionales a adquirir:

COMPETENCIAS PROFESIONALES TEÓRICAS:

- ENTENDER LA IMPORTANCIA DE LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER PARA LA ORGANIZACIÓN
- CONOCER LAS FUNCIONES Y HABILIDADES DEL COMMUNITY MANAGER.
- DESCUBRIR LOS RECURSOS DE LOS QUE DISPONE EL COMMUNITY MANAGER PARA EL DESARROLLO DE SU ACTIVIDAD

COMPETENCIAS PROFESIONALES PRÁCTICAS:

- CLASIFICAR LAS FUNCIONES DEL COMMUNITY MANAGER SEGÚN SU IMPORTANCIA Y MOMENTO DE APLICACIÓN
- APLICAR LAS HERRAMIENTAS QUE ESTÁN A DISPOSICIÓN DEL COMMUNITY MANAGER PARA REALIZAR SUS FUNCIONES.
- ELABORAR UN CALENDARIO DE ACTIVIDAD DE UN COMMUNITY MANAGER

Contenidos Específicos:

CONTENIDOS TEÓRICOS:

- 1 ¿QUÉ ES UN COMMUNITY MANAGER?
- 2 LAS HABILIDADES DE UN COMMUNITY MANAGER
- 3 FUNCIONES
- 4 RECURSOS

CONTENIDOS PRÁCTICOS:

- REALIZAR UN DOCUMENTO SOBRE LAS INICIATIVAS DE CRM SOCIAL
- ELABORAR UN PLAN DE ACTIVIDAD DE UN COMMUNITY MANAGER

Planificación de la Evaluación. Relacionar capacidades-instrumentos-momentos.

Capacidad a adquirir	Instrumentos a usar	Momentos de la evaluación
2. APLICAR LAS HERRAMIENTAS QUE ESTÁN A DISPOSICIÓN DEL COMMUNITY MANAGER PARA REALIZAR SUS FUNCIONES.	- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO -- TEST DE EVALUACIÓN.	- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO - TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO
1. CLASIFICAR LAS FUNCIONES DEL COMMUNITY MANAGER SEGÚN SU IMPORTANCIA Y MOMENTO DE APLICACIÓN	- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - INVESTIGACIÓN Y DEBATE: LOS ALUMNOS DEBEN INVESTIGAR SOBRE UN TEMA PROPUESTO Y COMPARTIR SUS HALLAZGOS - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO -- TEST DE EVALUACIÓN.	- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO - INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO - TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO
3. ELABORAR UN CALENDARIO DE ACTIVIDAD DE UN COMMUNITY MANAGER	- AUTOEVALUACIÓN: SE PROPONEN PREGUNTAS INTERCALADAS CON EL CONTENIDO. - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO -- TEST DE EVALUACIÓN.	- AUTOEVALUACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO - RESOLUCIÓN DE CASO PRÁCTICO DURANTE EL DESARROLLO DEL MÓDULO - TEST DE EVALUACIÓN AL FINAL DEL MÓDULO

2. FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

- FORMACIONES COMPLEMENTARIAS ASOCIADAS

Denominación	Tipo Especialidad	Modalidad	Horas
Esta acción formativa no tiene formaciones complementarias asociadas			

- FORMACIONES COMPLEMENTARIAS NUEVAS

Denominación	Modalidad	Horas
Esta acción formativa no tiene formaciones complementarias nuevas		

3. PARTICIPANTES POR GRUPO DE LA ACCIÓN FORMATIVA

Organiza:



Cofinancian:



NIVEL DE CUALIFICACIÓN DE LOS ALUMNOS EXIGIDA EN LA FORMACIÓN A IMPARTIR

Nivel de acceso del alumno:

Nivel 1

Nivel profesional o técnico:

Experiencia Profesional:	No se requiere experiencia profesional en la materia
Conocimientos:	No se requiere conocimientos previos en la materia