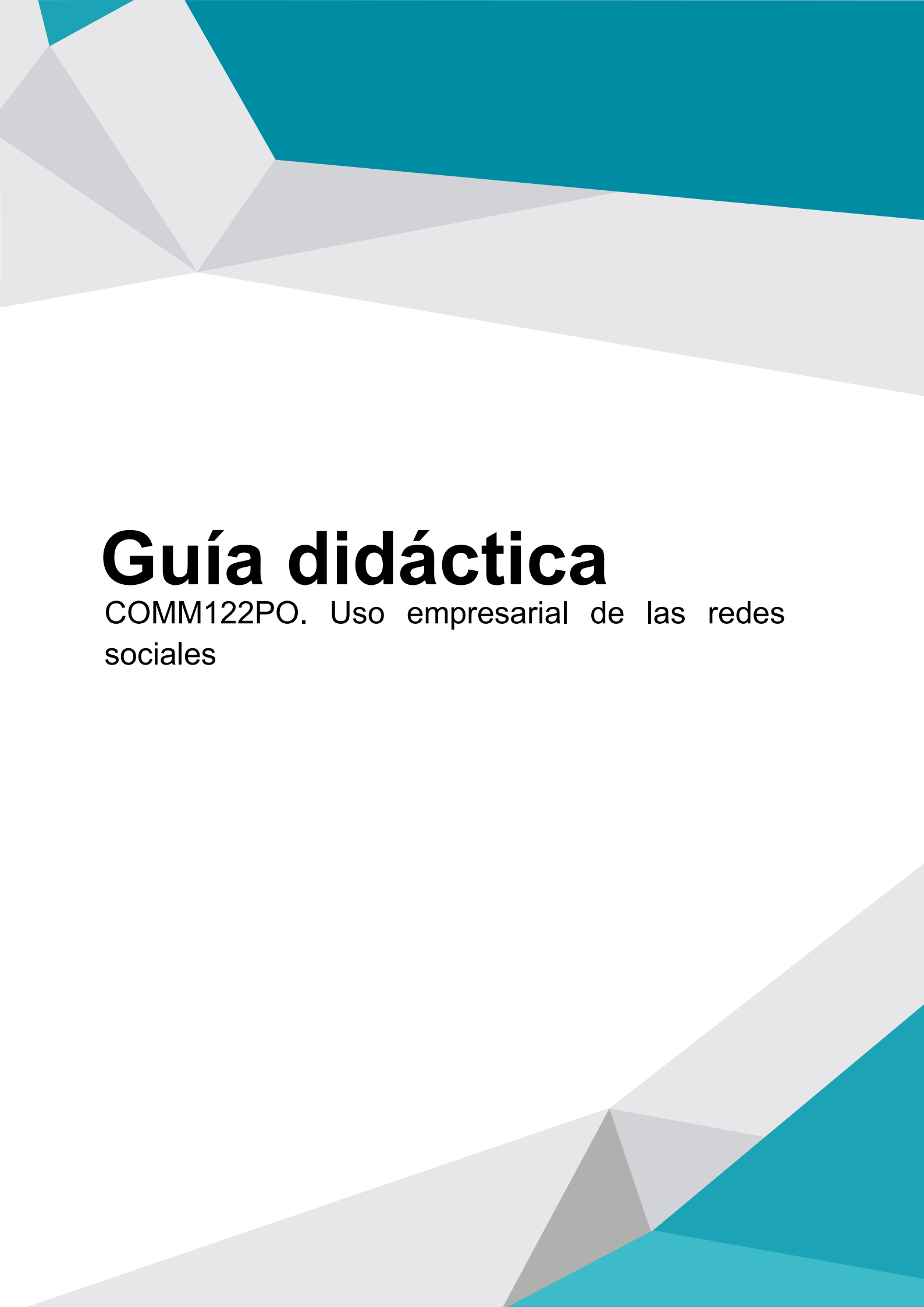




Guía didáctica

COMM122PO. Uso empresarial de las redes sociales

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales forman parte esencial de la vida cotidiana y profesional en la actualidad. No solo son espacios de interacción personal, sino también herramientas estratégicas que permiten a las empresas conectar con sus clientes, fortalecer su reputación e impulsar sus objetivos comerciales.

Este curso abordará cuestiones relacionadas con las redes sociales, tanto desde una perspectiva personal como empresarial. Para ello, se parte de algunos conceptos básicos, como comunidad, cultura digital, identidad y reputación online. A partir de ahí, veremos cómo integrar las redes sociales en distintos ámbitos de la empresa (marketing, atención al cliente, ventas, recursos humanos).

Además, dedicaremos un apartado a las plataformas más utilizadas, ofreciendo recomendaciones prácticas para sacar el máximo provecho de cada una de ellas. Finalmente, daremos algunas pautas para elegir las redes sociales adecuadas en función de los objetivos de la empresa.

OBJETIVO GENERAL

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.

CONTENIDO FORMATIVO

COMM122PO	Uso empresarial de las redes sociales	15 horas
UA1	Uso empresarial de las redes sociales • Tipos de redes sociales. • Las redes sociales en la estructura de la empresa. • Facebook. • Twitter. • LinkedIn. • Youtube. • Instagram y pinterest. • Otras redes sociales. • Cómo elegir las redes sociales más adecuadas en función de nuestros objetivos empresariales. • Las redes sociales como herramienta de marketing.	9,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	2
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	12
	Test de evaluación final	1
	Actividad práctica de evaluación final	2