

ÍNDICE SISTEMÁTICO

	<u>PÁGINA</u>
Sumario	5
Prólogo	7
Unidad didáctica 1. Introducción y tipología de redes sociales	9
Objetivos de la unidad	10
1. Los medios sociales frente a los medios tradicionales	11
2. ¿Qué es una red social?	13
3. Evolución de las redes sociales en internet	16
4. Las redes sociales en la actualidad	20
5. Características de las redes sociales en internet	23
6. Tipología de redes sociales	24
Conceptos básicos	27
Glosario de la unidad	28
Actividades de repaso	29
Referencias bibliográficas	29

Unidad didáctica 2. Las redes sociales dentro de la estructura de la empresa	31
Objetivos de la unidad	32
1. La importancia de las redes sociales en la empresa	33
2. Los distintos perfiles que trabajan las redes sociales	35
3. ¿Cómo elegir la mejor estructura para la gestión de las redes sociales?	37
3.1. Ejemplos de estructuras de gestión de redes sociales en la empresa ...	40
4. La atención al cliente en las redes sociales	46
4.1. Antecedentes	46
4.2. Actualidad	47
4.3. Estrategia	47
5. Relación del equipo de <i>social media</i> con otros departamentos en la empresa	49
Conceptos básicos	52
Glosario de la unidad	54
Actividades de repaso	55
Referencias bibliográficas	55
 Unidad didáctica 3. Plan estratégico de redes sociales	 57
Objetivos de la unidad	58
1. La importancia de contar con un plan de redes sociales alineado con el plan estratégico de la empresa	60
2. El análisis previo	62
2.1. Análisis externo	63
2.2. Análisis interno	68
2.3. Análisis DAFO	70
3. Objetivos	73
4. Estrategia	75
5. Acciones	80
5.1. Presupuesto	81
5.2. Calendario	82
6. Plan de contingencia	83

Conceptos básicos	87
Glosario de la unidad	88
Caso práctico	90
Test de autoevaluación	91
Referencias bibliográficas	92

Unidad didáctica 4. Facebook: incrementar la presencia de nuestra marca 95

Objetivos de la unidad	96
1. Introducción: ¿qué es Facebook y cómo nos puede ayudar?	98
2. Principales elementos en el ámbito profesional	104
2.1. Ventajas de las páginas de empresa	104
2.2. Gestión de las páginas de empresa	105
2.3. Publicación desde las páginas de empresa	109
3. Promoción de contenidos	111
4. Analítica	116
4.1. Páginas de empresa	116
4.2. Anuncios	116
4.3. Públicos	118
5. Casos de éxito	119
Conceptos básicos	121
Glosario de la unidad	123
Caso práctico	124
Referencias bibliográficas	125

Unidad didáctica 5. Twitter: 140 caracteres para lograr los objetivos 127

Objetivos de la unidad	128
1. Introducción: ¿qué es Twitter y cómo nos puede ayudar?	130
2. Principales elementos	134
2.1. Principales características	134

2.2. Elementos básicos	135
2.3. Gestión	137
3. Promoción de contenidos	143
3.1. Tuits promocionados	144
3.2. Cuentas promocionadas	146
3.3. Tendencias promocionadas	146
3.4. Twitter Amplify Open	147
3.5. Website Cards	148
4. Analítica	149
5. Casos de éxito	151
Conceptos básicos	153
Glosario de la unidad	154
Actividades de repaso	156
Referencias bibliográficas	158

Unidad didáctica 6. LinkedIn. La red social profesional por excelencia	161
Objetivos de la unidad	162
1. Introducción: ¿qué es LinkedIn y cómo nos puede ayudar?	163
2. Principales elementos	164
2.1. Para los profesionales	164
2.2. Para las empresas	175
3. Promoción de contenidos	180
3.1. LinkedIn Ads	181
3.2. Contenido promocionado	182
3.3. Otros	183
4. Analítica	185
5. Casos de éxito	186
Conceptos básicos	187
Glosario de la unidad	188

Actividades de repaso	189
Referencias bibliográficas	190

Unidad didáctica 7. YouTube: el segundo buscador más importante de internet 191

Objetivos de la unidad	192
1. Introducción: ¿qué es YouTube y cómo nos puede ayudar?	194
2. Principales elementos	198
3. La publicidad	205
4. YouTube Analytics	207
5. Casos de éxito	210
Conceptos básicos	212
Glosario de la unidad	213
Actividades de repaso	214
Referencias bibliográficas	215

Unidad didáctica 8. Instagram y Pinterest. El poder de la imagen 217

Objetivos de la unidad	218
1. Instagram	219
1.1. Introducción: ¿qué es Instagram y cómo nos puede ayudar?	219
1.2. Principales elementos	220
1.3. Promoción de contenidos	224
1.4. Analítica	225
1.5. Casos de éxito	225
2. Pinterest	227
2.1. Introducción: ¿qué es Pinterest y cómo nos puede ayudar?	227
2.2. Principales elementos	228
2.3. Promoción de contenidos	233
2.4. Analítica	234
2.5. Casos de éxito	235

Conceptos básicos	237
Glosario de la unidad	238
Actividades de repaso	239
Referencias bibliográficas	240
 Unidad didáctica 9. Otras redes sociales	 243
Objetivos de la unidad	244
1. Otras redes sociales	245
1.1. Google+	245
1.2. Spotify	247
1.3. Vine	248
1.4. Snapchat	250
1.5. Foursquare y Swarm	250
1.6. Periscope	251
1.7. SlideShare	253
1.8. Reddit	253
1.9. Viadeo	254
1.10. XING	256
1.11. Flickr	256
2. Otras redes sociales centralizadas en determinadas ubicaciones	257
2.1. QZone	257
2.2. V Kontakte	259
Conceptos básicos	261
Glosario de la unidad	262
Actividades de repaso	263
Referencias bibliográficas	263
 Unidad didáctica 10. Herramientas para el <i>community manager</i>	 265
Objetivos de la unidad	266
1. Monitorización y programación. Hootsuite	268
2. Herramientas específicas para cada red social	271

3. Herramientas para la escucha activa	275
4. Herramientas acortadoras de URL	280
5. Herramientas para la generación de contenido	282
Conceptos básicos	292
Glosario de la unidad	293
Actividades de repaso	293
Referencias bibliográficas	294

