

# ÍNDICE SISTEMÁTICO

	<u>PÁGINA</u>
Sumario .....	5
Prólogo .....	7
<b>Capítulo 1.</b> Introducción y tipología de redes sociales .....	9
Objetivos del capítulo .....	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 .....	18
5. Características de las redes sociales en internet .....	21
6. Tipología de redes sociales .....	23
Conceptos básicos .....	25
Glosario del capítulo .....	26
Actividades de repaso .....	27
Referencias bibliográficas .....	27
<b>Capítulo 2.</b> Las redes sociales dentro de la estructura de la empresa ..	29
Objetivos del capítulo .....	30
1. La importancia de las redes sociales en la empresa .....	31

2. Los distintos perfiles que trabajan las redes sociales .....	33
3. ¿Cómo elegir la mejor estructura para la gestión de las redes sociales? .....	35
3.1. Ejemplos de estructuras de gestión de redes sociales en la empresa ...	37
4. La atención al cliente en las redes sociales .....	43
4.1. Antecedentes .....	43
4.2. Actualidad .....	44
4.3. Estrategia .....	45
5. Relación del equipo de <i>social media</i> con otros departamentos en la empresa .....	46
Conceptos básicos .....	49
Glosario del capítulo .....	51
Actividades de repaso .....	52
Referencias bibliográficas .....	53
<b>Capítulo 3. Plan estratégico de redes sociales .....</b>	<b>55</b>
Objetivos del capítulo .....	56
1. La importancia de contar con un plan de redes sociales alineado con el plan estratégico de la empresa .....	58
2. El análisis previo .....	60
2.1. Análisis externo .....	61
2.2. Análisis interno .....	66
2.3. Análisis DAFO .....	68
3. Objetivos .....	71
4. Estrategia .....	74
5. Acciones .....	79
5.1. Presupuesto .....	80
5.2. Calendario .....	81
6. Plan de contingencia .....	82
Conceptos básicos .....	87
Glosario del capítulo .....	88
Caso práctico .....	90
Test de autoevaluación .....	91
Referencias bibliográficas .....	92

<b>Capítulo 4. Facebook: incrementar la presencia de nuestra marca ...</b>	<b>95</b>
Objetivos del capítulo .....	96
1. Introducción: ¿qué es Facebook y cómo nos puede ayudar? .....	98
2. Principales elementos en el ámbito profesional .....	105
2.1. Ventajas de las páginas de empresa .....	105
2.2. Gestión de las páginas de empresa .....	107
2.3. Publicación desde las páginas de empresa .....	110
3. Promoción de contenidos .....	114
4. Analítica .....	120
4.1. Páginas de empresa .....	120
4.2. Anuncios .....	121
5. Metaverso .....	123
6. Casos de éxito .....	125
Conceptos básicos .....	127
Glosario del capítulo .....	129
Caso práctico .....	130
Referencias bibliográficas .....	131
<b>Capítulo 5. X: la red social anteriormente conocida como Twitter ..</b>	<b>133</b>
Objetivos del capítulo .....	134
1. Introducción a la red social X .....	136
2. Principales elementos .....	138
2.1. Principales características .....	139
2.2. Elementos básicos .....	141
3. Publicidad .....	146
3.1. Opciones publicitarias en función de los objetivos .....	146
3.2. Cómo crear campañas en X .....	149
3.3. Otras opciones publicitarias .....	150
4. Analítica .....	151
5. X en datos .....	154
6. Casos de éxito .....	157

Conceptos básicos .....	160
Glosario del capítulo .....	160
Actividades de repaso .....	162
Referencias bibliográficas .....	164
<b>Capítulo 6. LinkedIn: la red social profesional por excelencia .....</b>	<b>167</b>
Objetivos del capítulo .....	169
1. Introducción: ¿qué es LinkedIn y cómo nos puede ayudar? .....	170
2. LinkedIn para los profesionales .....	171
2.1. Creación del perfil y configuración de la cuenta .....	172
2.2. Cómo comenzar a relacionarnos .....	175
2.3. Herramientas de publicación .....	179
2.4. Grupos .....	182
2.5. LinkedIn en el móvil .....	183
3. LinkedIn para las empresas .....	184
3.1. Páginas de empresa .....	184
3.2. Herramientas de publicación .....	186
3.3. Grupos .....	187
3.4. Publicidad .....	188
4. Analítica .....	193
5. Otras herramientas interesantes .....	194
5.1. LinkedIn Learning .....	194
5.2. LinkedIn Profinder .....	195
5.3. Talent Insights .....	195
5.4. Salary .....	196
6. La inteligencia artificial en LinkedIn .....	196
7. Casos de éxito .....	197
Conceptos básicos .....	199
Glosario del capítulo .....	200
Actividades de repaso .....	201
Referencias bibliográficas .....	203

<b>Capítulo 7. YouTube: el segundo buscador más importante de internet .....</b>	<b>205</b>
Objetivos del capítulo .....	206
1. Introducción: ¿qué es YouTube y cómo nos puede ayudar? .....	208
2. Principales elementos .....	212
3. La publicidad .....	218
4. YouTube Analytics .....	223
5. Novedades en YouTube .....	226
6. Casos de éxito .....	227
Conceptos básicos .....	229
Glosario del capítulo .....	230
Actividades de repaso .....	231
Referencias bibliográficas .....	231
<b>Capítulo 8. Instagram: el poder de la imagen .....</b>	<b>235</b>
Objetivos del capítulo .....	236
1. Introducción: ¿qué es Instagram y cómo nos puede ayudar? .....	237
2. Principales elementos .....	239
3. Promoción de contenidos .....	244
4. Analítica .....	246
5. Novedades .....	247
6. Casos de éxito .....	248
Conceptos básicos .....	250
Glosario del capítulo .....	251
Actividades de repaso .....	251
Referencias bibliográficas .....	252
<b>Capítulo 9. Otras redes sociales .....</b>	<b>253</b>
Objetivos del capítulo .....	254
1. Introducción .....	255

2. Spotify .....	255
3. Pinterest .....	258
4. WhatsApp .....	259
5. Snapchat .....	262
6. Telegram .....	263
7. Tinder .....	264
8. TikTok .....	265
9. Waze .....	267
10. VERO .....	267
11. Twitch .....	268
Conceptos básicos .....	270
Glosario del capítulo .....	271
Actividades de repaso .....	272
Referencias bibliográficas .....	272
<b>Capítulo 10. Herramientas para el <i>community manager</i> .....</b>	<b>275</b>
Objetivos del capítulo .....	276
1. Monitorización y programación .....	278
2. Herramientas específicas para cada red social .....	281
3. Herramientas para la escucha activa .....	283
4. Herramientas acortadoras de URL .....	288
5. Herramientas para la generación de contenido .....	290
Conceptos básicos .....	300
Glosario del capítulo .....	301
Actividades de repaso .....	302
Referencias bibliográficas .....	302



