

## **Experto en redes sociales**

---

### **01. Introducción a la informática**

- 01.1. Qué es la informática
- 01.2. Unidades de cantidad y velocidad
- 01.3. Qué es un PC
- 01.4. Componentes del PC
- 01.5. Componentes de la CPU
- 01.6. Dispositivos de almacenamiento
- 01.7. Otros periféricos
- 01.8. Hardware y software
- 01.9. Cómo conectar el PC
- 01.10. Cuestionario 1

### **02. Instalación de Windows 8**

- 02.1. Introducción
- 02.2. Requisitos mínimos del sistema para Windows 8
- 02.3. Pasos previos a la instalación
- 02.4. Instalar Windows 8
- 02.5. Simulación: Instalar Windows 8
- 02.6. Cuestionario 2

### **03. Interfaz Metro**

- 03.1. Nuevo Inicio táctil de Windows
- 03.2. Interfaz Metro
- 03.3. Aplicaciones
- 03.4. Configuración de Aplicaciones
- 03.5. Menú Opciones
- 03.6. Cambiar configuración de la PC
- 03.7. Bloquear y cerrar sesión
- 03.8. Simulación: Instalar aplicaciones
- 03.9. Simulación: Configuración de Windows
- 03.10. Cuestionario 3

### **04. La pantalla principal de Windows 8 - I**

## **Experto en redes sociales**

---

- 04.1. El Escritorio I
- 04.2. Simulación: Papelera de reciclaje
- 04.3. Cuestionario 4

### **05. La pantalla principal de Windows 8 - II**

- 05.1. El Cuadro de búsqueda
- 05.2. La Barra de herramientas Inicio rápido
- 05.3. La sección intermedia
- 05.4. Área de notificación
- 05.5. Teclado táctil
- 05.6. Apagar el PC
- 05.7. Simulación: Búsquedas (parte 1)
- 05.8. Simulación: Búsquedas (parte 2)
- 05.9. Cuestionario 5

### **06. Gadgets**

- 06.1. Agregar Gadgets
- 06.2. Los Gadgets
- 06.3. Gadgets disponibles
- 06.4. Eliminar gadgets
- 06.5. Simulación: Añadir gadgets
- 06.6. Simulación: Modificar gadgets
- 06.7. Cuestionario 6

### **07. Accesos directos**

- 07.1. Introducción
- 07.2. Qué es un acceso directo
- 07.3. Características de los accesos directos
- 07.4. Crear un acceso directo mediante el ratón
- 07.5. Crear un acceso directo mediante el asistente
- 07.6. Renombrar y eliminar accesos directos
- 07.7. Propiedades de los accesos directos
- 07.8. Simulación: Trabajar con accesos directos

## **Experto en redes sociales**

---

07.9. Simulación: Trabajar con accesos directos 2

07.10. Cuestionario 7

### **08. Trabajar con ventanas**

08.1. Las Ventanas

08.2. Abrir ventanas

08.3. Cerrar ventanas

08.4. Adaptar el tamaño y posición de las ventanas

08.5. Organizar ventanas

08.6. Cuadros de diálogo

08.7. Simulación: Trabajar con ventanas

08.8. Cuestionario 8

### **09. ¿Qué es Facebook?**

09.1. ¿Qué es Facebook?

09.2. Expansión

09.3. ¿Qué servicios nos ofrece Facebook?

09.4. Biografía

09.5. Impacto internacional

09.6. Cuestionario

### **10. Conociendo Facebook**

10.1. Entrar a Facebook

10.2. Registrarse a Facebook

10.3. Confirmar correo electrónico

10.4. Opciones de la pantalla principal de Facebook

10.5. Editar su perfil

10.6. Configuración de la cuenta

10.7. Configuración de privacidad

10.8. Práctica: Crear una cuenta de Facebook

10.9. Cuestionario

### **11. Amigos, páginas y grupos**

11.1. Agregar contactos a su lista de amigos

## **Experto en redes sociales**

---

- 11.2. Páginas de Facebook
- 11.3. Grupos de Facebook
- 11.4. Eventos
- 11.5. Práctica: Agregar amigos a Facebook
- 11.6. Práctica: Agregar amigos a Facebook (Parte 2)
- 11.7. Cuestionario

### **12. Publicaciones**

- 12.1. Publicar un estado
- 12.2. Publicar una foto o video
- 12.3. Publicar una pregunta
- 12.4. Publicar un acontecimiento importante
- 12.5. Gustar, comentar y compartir una publicación
- 12.6. Chat del Facebook
- 12.7. Práctica: Publicaciones
- 12.8. Cuestionario

### **13. ¿Qué es Twitter?**

- 13.1. ¿Qué es Twitter?
- 13.2. Mensajes
- 13.3. Contenido de los tweets
- 13.4. Problemas por sobrecarga
- 13.5. Uso e impacto social
- 13.6. Cuestionario

### **14. Comenzar en Twitter**

- 14.1. Entrar a Twitter
- 14.2. Registrarse a Twitter
- 14.3. Iniciar sesión a Twitter
- 14.4. Confirmar el correo electrónico
- 14.5. Configuraciones
- 14.6. Práctica: Crear una cuenta de Twitter
- 14.7. Cuestionario

## **Experto en redes sociales**

---

### **15. Uso del Twitter**

- 15.1. Publicar un tweet
- 15.2. Seguir un twitter
- 15.3. Seguidores en su Twitter
- 15.4. Twittear a un contacto
- 15.5. Opciones del contacto
- 15.6. Retwittear
- 15.7. Hashtags
- 15.8. Práctica: Publicar Tweets
- 15.9. Cuestionario

### **16. ¿Qué es Google+?**

- 16.1. ¿Qué es Google +?
- 16.2. Propiedades
- 16.3. Diseño
- 16.4. Importar contactos de otras redes sociales
- 16.5. Cuestionario

### **17. Registrarse y configurar su Google+**

- 17.1. Entrar a Google+
- 17.2. Registrarse a Google+
- 17.3. Confirmar correo electrónico
- 17.4. Opciones de la pantalla Inicio de Google+
- 17.5. Editar su perfil
- 17.6. Editar configuraciones de sus fotos y videos
- 17.7. Configuraciones de cuentas
- 17.8. Práctica: Crear una cuenta de Google+
- 17.9. Cuestionario

### **18. Agregar y crear**

- 18.1. Agregar contactos a tus círculos
- 18.2. Crear un círculo
- 18.3. Crear eventos
- 18.4. Crear una página

## **Experto en redes sociales**

---

18.5. Práctica: Google+ (Parte 1)

18.6. Práctica: Google+ (Parte 2)

18.7. Cuestionario

### **19. Publicaciones y comunicarse con sus contactos**

19.1. Publicar un estado

19.2. Publicar fotos, videos y enlaces

19.3. Hacer +1 y compartir publicaciones

19.4. Chat de Google+

19.5. Hangouts

19.6. Juegos

19.7. Práctica: Publicaciones

19.8. Cuestionario

### **20. Consideraciones generales**

20.1. Definición de Redes Sociales

20.2. Concepto de marketing-mix

20.3. Integración de las Redes Sociales

20.4. Tipos de Redes Sociales

20.5. Bases del marketing en las Redes Sociales

20.6. Cuestionario: Consideraciones generales

### **21. Organización del trabajo en Redes Sociales**

21.1. Introducción

21.2. Escuchar

21.3. Planificar la estrategia

21.4. Crear compromiso

21.5. Medir y evaluar

21.6. Definir una rutina

21.7. Cuestionario: Organización del trabajo en Redes Sociales

### **22. Medición de la estrategia en Redes Sociales**

22.1. Introducción

22.2. Definir el objetivo

## **Experto en redes sociales**

---

22.3. Monitorización

22.4. Plan de contingencia

22.5. Herramientas para el análisis del Social Media

22.6. Cuestionario: Medición de la Estrategia en Redes Sociales

### **23. Uso de las principales Redes Sociales**

23.1. Facebook

23.2. Twitter

23.3. Vídeo marketing en YouTube

23.4. Estrategias en YouTube para generar tráfico en su página web

23.5. LinkedIn

23.6. Cuestionario: Uso de las principales Redes Sociales

### **24. Valoración de los contactos en las Redes Sociales**

24.1. Cuánto vale cada fan de la página Facebook

24.2. Cuánto vale cada seguidor de Twitter

24.3. Cuestionario: Consideraciones generales

### **25. La necesidad de crear un blog**

25.1. Introducción

25.2. Selección de la plataforma de blog

25.3. Plugins recomendados para usar con Wordpress

25.4. Explotación del blog corporativo

25.5. Trucos para potenciar la visibilidad del blog

25.6. Cuestionario: La necesidad de crear un blog

### **26. Éxito y errores en Social Media**

26.1. Introducción

26.2. Estrategia de blogging

26.3. Presencia en Facebook

26.4. Presencia en Twitter

26.5. Presencia en YouTube

26.6. Resumen caso de éxito

26.7. Errores de gestión de la reputación en Redes Sociales

## **Experto en redes sociales**

---

26.8. Cuestionario: Éxito y errores en Social Media

### **27. Otras aplicaciones de marketing en Social Media**

27.1. Marketing mobile

27.2. Qué es el Marketing viral

27.3. Cómo funciona el Marketing viral

27.4. Elementos de una estrategia del Marketing viral

27.5. Técnicas de Marketing viral

27.6. Elementos que componen una campaña de Marketing viral

27.7. Ingredientes que potencian un mensaje de Marketing viral

27.8. Cómo construir un mensaje viral eficaz

27.9. Cuestionario: Otras aplicaciones de marketing en Social Media

### **28. Community manager**

28.1. Definiciones

28.2. Perfil y funciones específicas del Community Manager

28.3. Las 7 Ces del Community Manager

28.4. Cuestionario: Community manager

28.5. Cuestionario: Cuestionario final

### **29. Social Media y al Web 2.0**

29.1. ¿Qué entendemos por Social Media (Medios sociales) y la Web 2.0?

29.2. La evolución del social media

29.3. Actitudes de profesionales del Social Media

29.4. Actitudes nuevas del usuario y la marca

29.5. Tendencia de consumo social

29.6. Características y ventajas de la Empresa 2.0

29.7. Cuestionario

### **30. El Community Manager**

30.1. Tipos de CM o SMM

30.2. Habilidades sociales y técnicas del community manager

30.3. Tareas y responsabilidades de un Community Manager

30.4. Las 7 CS de un Community Manager



## Experto en redes sociales

---

30.5. Práctica

30.6. Cuestionario

### **31. Introducción a las redes sociales**

31.1. ¿Qué son las redes sociales?

31.2. Principales redes sociales

31.3. Formas en las que las redes sociales generan valor en nuestros negocios

31.4. Aplicaciones y juegos en Social Media

31.5. Cuestionario

### **32. Facebook como plataforma para empresas**

32.1. Datos fundamentales sobre Facebook

32.2. Gestión de la presencia en Facebook

32.3. Objetivos estratégicos de una empresa en Facebook

32.4. El paso a paso en la creación de una Fan Page

32.5. Conseguir y aumentar tus seguidores en tu página de fans en Facebook

32.6. ¿Cuál es el mejor día y horario para publicar en Facebook?

32.7. Conocer la competencia

32.8. Ejemplos prácticos de páginas de Facebook en la web

32.9. Práctica

32.10. Cuestionario

### **33. Twitter como plataforma para empresas**

33.1. Estrategias de una empresa en Twitter

33.2. Cómo potenciar la comunicación en escasos 140 caracteres

33.3. El modelo de negocio en Twitter

33.4. El espacio comercial que comienza a abrir Twitter

33.5. Ejemplos de éxito

33.6. Práctica

33.7. Cuestionario

### **34. Youtube como plataforma para empresas**

34.1. Objetivos y beneficios del video marketing

34.2. Principales hábitos a desarrollar para la grabación de videos

## **Experto en redes sociales**

---

- 34.3. Análisis de videos
- 34.4. Los cinco pasos del youtube marketing
- 34.5. Casos de ejemplo de Youtube para empresas
- 34.6. Práctica
- 34.7. Cuestionario

### **35. Manejo de crisis en medios sociales**

- 35.1. Realidades en el manejo de crisis en medios sociales
- 35.2. Etapas de una crisis
- 35.3. Factores claves para enfrentar una crisis
- 35.4. ¿Cuándo hablar, qué decir y quién lo dice?
- 35.5. Práctica
- 35.6. Cuestionario

### **36. Influencia**

- 36.1. Moviendo los contenidos en la web social
- 36.2. Tipos de influencia: Influenciador 2.0, celebrity o usuario destacado
- 36.3. Selección de voceros de la marca
- 36.4. Dinamización de contenidos para obtener influencia
- 36.5. Práctica
- 36.6. Cuestionario

### **37. Monitoreo**

- 37.1. Herramientas y recursos: metodología, medición
- 37.2. Herramientas para la escucha activa del buzz social, captura de la información estratégica
- 37.3. Métricas Web: parámetros de medición de actividad
- 37.4. Estadísticas de Fan Page: Toda la información necesaria para tomar decisiones de comunicación.
- 37.5. Cuestionario

### **38. Social Media Plan**

- 38.1. El social media plan
- 38.2. Modelos y estrategias sociales
- 38.3. Puesta en marcha de un Social media Plan

## **Experto en redes sociales**

---

38.4. Práctica

38.5. Cuestionario

### **39. Las 4P del marketing-mix**

39.1. Descripción de las 4P del marketing-mix

39.2. Precio

39.3. Distribución

39.4. Promoción

39.5. Producto

39.6. Cuestionario: Las 4P del marketing-mix

### **40. El comportamiento del consumidor**

40.1. El concepto necesidad como base del mercado

40.2. La escala de las necesidades

40.3. Consumismo, consumerismo y otras actitudes de compra

40.4. Compra compulsiva y compra impulsiva

40.5. Movimientos consumidores

40.6. Comercio solidario

40.7. Compras para la salud

40.8. Grupos emergentes de compra

40.9. Aventureros y conservadores

40.10. Cuestionario: El comportamiento del consumidor

### **41. El producto**

41.1. Concepto de producto

41.2. Ciclo de vida del producto

41.3. Reposicionamiento del producto

41.4. Obsolescencia planificada

41.5. Estacionalidad

41.6. Productos diferenciados y productos de competencia perfecta

41.7. Producto puro y producto añadido

41.8. Competencia directa y producto sustitutivos

41.9. La importancia de la marca

## **Experto en redes sociales**

---

41.10. Gama y línea de producto

41.11. Cuestionario: El producto

### **42. Promoción**

42.1. El concepto promoción

42.2. La publicidad

42.3. Tipos de soporte publicitario

42.4. Principios de percepción aplicados a la publicidad

42.5. Los efectos de la publicidad

42.6. Cuestionario: Promoción

### **43. El precio**

43.1. El valor de las cosas

43.2. El precio y la demanda

43.3. El precio psicológico

43.4. La fórmula del precio

43.5. El punto muerto del beneficio

43.6. La fijación del precio

43.7. El precio de mercado

43.8. El beneficio final

43.9. La flexibilidad de la demanda

43.10. Cuestionario: El precio

### **44. La distribución**

44.1. La distribución en la actualidad

44.2. Producir y distribuir just in time

44.3. Las grandes superficies

44.4. El merchandising en las grandes superficies

44.5. El packaging

44.6. La PLV

44.7. Cuestionario: La distribución

44.8. Cuestionario: Cuestionario final Principio de Marketing

### **45. Qué significa Servicio al Cliente**

## **Experto en redes sociales**

---

- 45.1. Las motivaciones empresariales
- 45.2. La empresa orientada hacia el cliente
- 45.3. Coste de un mal servicio al cliente
- 45.4. Significados de Servicio al Cliente
- 45.5. Cuestionario: Qué se entiende por servicio al cliente

### **46. Tipos de clientes**

- 46.1. El cliente en la cadena de abastecimiento
- 46.2. El cliente interno
- 46.3. Cuestionario: Tipos de clientes

### **47. Tipos de servicios**

- 47.1. Definición de servicio
- 47.2. El servicio al cliente
- 47.3. Las actividades del servicio al cliente
- 47.4. El servicio al cliente y la calidad
- 47.5. El cliente y el consumidor
- 47.6. Empresas que dan servicio al cliente
- 47.7. Ideas para reflexionar - Servicio al Cliente
- 47.8. Cuestionario: Tipos de servicios

### **48. Fases del servicio al cliente**

- 48.1. Fases
- 48.2. Investigación de mercado
- 48.3. La situación de pre-pedido
- 48.4. La compra y el pedido
- 48.5. El período de tiempo entre el pedido y la entrega
- 48.6. Embalaje y presentación
- 48.7. Exactitud, compleción y adecuación de las entregas
- 48.8. Realización de cobros
- 48.9. Servicio o apoyo posventa
- 48.10. Tratamiento de las reclamaciones
- 48.11. Ideas para reflexionar - Fases del servicio al cliente

## **Experto en redes sociales**

---

48.12. Cuestionario: Fases del servicio al cliente

### **49. Fallos en la atención al cliente**

49.1. Atención directa

49.2. Actitudes sociales

49.3. El argumento sexista

49.4. Otros factores

49.5. Fallos de la Dirección

49.6. Falta de formación

49.7. Ausencia de una estructura de personal

49.8. Problemas en las relaciones empresariales

49.9. Estructura empresarial - monopolios

49.10. Ideas para reflexionar - Fallos en la atención al cliente

49.11. Cuestionario: Fallos en la atención al cliente

### **50. Cara a cara. Servir con una sonrisa**

50.1. Introducción. Problemas de la atención directa

50.2. El respeto como norma

50.3. Actuaciones positivas y negativas en el trato cara a cara

50.4. Cuándo y cómo empezar

50.5. Cómo actuar

50.6. Ofrecer información y ayuda

50.7. Ideas para reflexionar - La atención directa

50.8. Cuestionario: Cara a cara. Servir con una sonrisa

### **51. Cara a cara. El cliente difícil**

51.1. Introducción. Diversidad de clientes

51.2. Tenemos los clientes que nos merecemos

51.3. El cliente aparentemente difícil

51.4. El rechazo visceral

51.5. El cliente verdaderamente difícil

51.6. Problemas de carácter permanente

51.7. La relación imposible

## **Experto en redes sociales**

---

51.8. Ideas para reflexionar - El cliente difícil

51.9. Cuestionario: Cara a cara. El cliente difícil

### **52. La carta**

52.1. Los efectos de la tecnología

52.2. Algunas pautas

52.3. Cómo contestar

52.4. Cuidar las formas

52.5. Cuidar el lenguaje

52.6. Rigurosidad

52.7. Finalizar la carta. Firma y envío

52.8. Ideas para reflexionar - La carta

52.9. Cuestionario: La carta

52.10. Cuestionario: Cuestionario final Atención al cliente