



## Twitter en la empresa

**Modalidad:** Online

**Objetivos:**

- ✓ Entender el funcionamiento de la web 2.0 para aprovechar así todas las posibilidades dentro del departamento de marketing de una empresa.
- ✓ Aprender los pasos básicos a seguir para la gestión de medios sociales en una empresa.
- ✓ Entender Twitter como una potente herramienta para dirigir estrategias de comunicación y marketing online.
- ✓ Comprender el perfil de un trabajador de medios sociales.
- ✓ Aprender a elaborar estrategias de marketing que se ejecutarán en Twitter.
- ✓ Comprender la importancia de la analítica de Twitter y tener un primer contacto con Twitter Analytics.
- ✓ Conocer diferentes herramientas de gestión de Twitter.
- ✓ Aprender a resolver una crisis de reputación en redes sociales.
- ✓ Establecer las bases para la creación y difusión de contenido en torno a una estrategia previamente organizada.
- ✓ Desarrollar la creatividad y potenciar la resolución de conflictos.
- ✓ Adquirir la capacidad de investigar nuevas herramientas y fomentar el autoaprendizaje, gracias a los conocimientos básicos adquiridos.

**Duración Total: 45 horas**

➤ **CONTENIDO DEL CURSO:**

- ✓ **Internet, web 2.0 y redes sociales**  
Introducción  
Breve historia sobre internet

La web: 1.0, 2.0 y 3.0

Redes sociales y su importancia en la actualidad

- ✓ **Nueva era: departamento de comunicación y redes sociales**
  - Introducción
  - Redes sociales en la empresa. Diferencias entre social media y redes sociales
  - Perfil del trabajador en medios sociales
- ✓ **Marketing en redes sociales**
  - Introducción
  - Marketing online y marketing offline
  - Plan de estrategias de medios sociales
- ✓ **¿Qué es Twitter?**
  - Introducción
  - Conozcamos Twitter
  - Antecedentes y orígenes de Twitter
  - Fundamentos de Twitter
- ✓ **Registro, inicio de sesión y configuración de la cuenta**
  - Introducción
  - Correo electrónico, usuario y contraseña
  - Configuración del perfil
  - ¿Cuál es nuestra competencia?
  - Posicionamiento de nuestra cuenta
- ✓ **Roles en Twitter**
  - Introducción
  - Clasificación y tipos de usuarios
  - Cómo actuar frente a un trol
- ✓ **Twitter en la estrategia de marketing**
  - Introducción
  - Twitter para conseguir objetivos
  - Twitter para crear marca
  - Twitter para vender productos
  - Twitter para gestionar crisis
- ✓ **Gestión, monitorización y análisis de usuarios en Twitter**
  - Introducción
  - Estructura de un tuit
  - Concepto de monitorizar: Hootsuite, TweetDeck y SocialBro
  - Análisis de usuarios: público objetivo y competencia
- ✓ **Identidad digital y reputación online**
  - Introducción
  - Cómo me comporto y cómo me ven los demás
  - Mi rastro en internet: la identidad digital
- ✓ **Analítica de resultados**
  - Introducción
  - KPI, ROI, IOR, ROE, ROO
  - Twitter Analytics
- ✓ **Aplicaciones para Twitter**
  - Introducción
  - Twitter Cards

Sorteos y concursos  
Otras herramientas de gestión

- ✓ Glosario
- Bibliografía

### ➤ METODOLOGÍA. ACTIVIDADES DEL CURSO

La presente acción formativa se desarrolla completamente bajo una **metodología e-Learning**.

El aprendizaje se realizará combinando el estudio individual con el trabajo colaborativo. La exposición de los contenidos se completará con variados recursos, dirigidos al desarrollo de la capacidad analítica y reflexiva, a través de la participación en los foros de debate y discusión como escenario para la construcción del aprendizaje, a través de herramientas de comunicación asincrónica, que permiten la flexibilidad y adaptación a las diferentes necesidades individuales y ritmos de aprendizaje del alumnado.

Dispondrá además de enlaces a materiales de consulta y ampliación, con el objetivo de propiciar un escenario interactivo ajustado a los diferentes intereses y ritmos de aprendizaje del alumnado, además de servir como estrategia de estímulo y refuerzo en el estudio.

### ➤ MATERIALES DIDÁCTICOS

La plataforma virtual donde se desarrolla el curso ofrece la posibilidad de acceder a los contenidos de los diferentes temas, junto al material complementario seleccionado para reforzar la adquisición de las competencias objeto de estudio (artículos de debate, enlace a videos...), siguiendo la estructura secuenciada de las diferentes unidades didácticas.

El alumno dispone, además, de una zona de biblioteca, donde se recomiendan manuales para la ampliación de contenidos.