



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.