



La importancia de planear la comunicación: Net strategy

Sku: PIT021

Horas: 40

Formato: HTML

OBJETIVOS

Objetivo General •En este curso se trabaja el plan de comunicación corporativa de una empresa a través de las herramientas 2.0, así como la reputación que ésta se creará en la red a través de su línea editorial y del contenido publicado. Además, se estudia el valor de las herramientas social media a través de los diferentes contenidos corporativos: canales RSS, salas, notas de prensa 2.0 y Facebook.

CONTENIDOS

Tema 1. La comunicación institucional corporativa en el universo 2.0

- • El oxímoron del control de la información
- • La creciente adopción del social media por parte de las empresas.
- • Eliminando el concepto 2.0 de un plan de comunicación 2.0
- • El radar de situación
- • El equipo

Tema 2. La importancia del contenido

- • Blogging y microblogging como pilares de la estrategia de social media
- • El blog corporativo
- • Twitter Corporativo.

Tema 3. Otras herramientas de Social Media para la comunicación corporativa

- • De la sala de prensa virtual a la sala de prensa social
- • La nota de prensa 2.0
- • Los RSS y los bookmarks
- • De Facebook a LinkedIn

Tema 4. Análisis y evaluación de resultados

- La monitorización. Monitoring
- El valor de la actividad
- ¿Qué es el ROI?