



Twitter en la empresa .

Sku: 10280IN

Horas: 45

Formato: HTML 5

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.

CONTENIDOS

UNIDAD 1. 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 **UNIDAD 2. 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 **UNIDAD 3. Marketing en redes sociales** Introducción Marketing online y marketing offline Plan de estrategias de medios sociales **UNIDAD 4. ¿Qué es Twitter?** Introducción Conozcamos Twitter Antecedentes y orígenes de Twitter Fundamentos de Twitter **UNIDAD 5. 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 **UNIDAD 6. Roles en Twitter** Introducción Clasificación y tipos de usuarios Cómo actuar frente a un trol **UNIDAD 7. Twitter en la estrategia de marketing** Introducción Twitter para conseguir objetivos Twitter para crear marca Twitter para vender productos Twitter para gestionar crisis **UNIDAD 8. 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 **UNIDAD 9. Identidad digital y reputación online** Introducción
Cómo me comporto y cómo me ven los demás Mi rastro en internet: la identidad digital
UNIDAD 10. Analítica de resultados Introducción KPI, ROI, IOR, ROE, ROO Twitter
Analytics **UNIDAD 11. Aplicaciones para Twitter** Introducción Twitter Cards Sorteos y
concursos Otras herramientas de gestión