

### Título del Curso:

## TWITTER EN LA EMPRESA



### Especificaciones:

- Modalidad: E-LEARNING
- Requisitos Mínimos: No Requeridos
- Duración: 55 horas.

### Objeto:

- ✓ 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.

### A quien va dirigido:

Este curso está dirigido a cualquier persona que quiera autopromocionar su empresa a través de TWITTER, ya sea empleado o empresario, sin necesidad de conocimientos previos en redes sociales u otro tipo de herramientas de promoción.

### Temario:

#### **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**