

Social Media y Redes Sociales en la empresa.

DURACIÓN:

20 horas

DIRIGIDO A:

Profesionales que deseen que su empresa esté presente en la red de una forma eficiente y aprovechando todo el potencial a su alcance.

OBJETIVO GENERAL:

Crear una estrategia online en las redes sociales. Beneficiarse de la comunicación corporativa para transmitir una imagen empresarial positiva, aprovechando las herramientas comunicativas básicas en el Social Media.

Manejar las redes sociales más importantes, conocer sus aplicaciones e integrarlas en la empresa.

LUGAR DE IMPARTICIÓN: Puzzle Consultores, aula 2

C/Carcagente 1, Entlo.B
12005 Castellón
Tel. 964 06 88 02
Fax 964 06 88 04

www.puzzleconsultores.com
puzzle@puzzleconsultores.com

CALENDARIO:

Fecha de inicio: 28/02/12

Fecha de finalización: 13/03/12

Observaciones:**DIAS LECTIVOS:**

Martes y miércoles

HORARIO:

16:30 – 20:30 h.

FIN PLAZO DE INSCRIPCIÓN:

22/02/12

COSTE:

- **260 €/ alumno**, importe totalmente **bonificable a través de la FTFE**.

PROFESOR:

Antonio Vallejo Chanal
(Periodista, Community Manager y Coach)

PLAZAS MÍMINAS: 10

PLAZAS MÁXIMAS: 15

CONTENIDOS:

1. El Social Media para construir imagen y alcanzar reputación

- Concepto de Social Media.
- Redes sociales verticales y redes horizontales
- Las redes sociales como fuente e intercambio de información

2. La figura del Community Manager

- Perfil, habilidades y rol del Community Manager
- Errores que no debe cometer un Community Manager

3. Las Redes Sociales comunes

- Definición y usos de las redes sociales.
- Uso de Facebook en profundidad
 1. Breve introducción, normas de uso y privacidad
 2. Construcción de una Fan Page
 3. Uso de Facebook desde la empresa. Enfoque de la actividad corporativa
 4. Fases estratégicas: engagement, interacción, redifusión y expansión
 5. Concursos y otras acciones de marketing
 6. Casos de estudio
 7. Facebook Ads: introducción de la publicidad en Facebook. Tipologías y creación de anuncios efectivos
- Uso de Twitter en profundidad
 1. Breve introducción, normas de uso y privacidad
 2. Roles y posibilidades de uso: red de información, medios de comunicación, como herramienta política, etc.
 3. Uso de Twitter desde la empresa. Enfoque de la actividad corporativa
 4. Interacción y participación en Twitter
 5. Control de la conversación
 6. Casos de estudio

4. Las redes sociales profesionales

- Concepto de networking.
- Redes predominantes: LinkedIn, Xing y redes temáticas especializadas
- Uso de LinkedIn en profundidad
 1. Construcción del perfil profesional
 2. Creación de la red de contactos
 3. Enfoque de la actividad corporativa
 4. Participación y grupos. Networking
- Nuevas herramientas de promoción personal: videoblog, páginas profesionales, etc.

5. Introducción a las redes sociales de geolocalización

6. Las redes sociales en las empresas

- Usos de una red social interna
- Herramientas y ejemplos para la comunicación dentro de la empresa

Caso Práctico: construcción real de la identidad e imagen social de una empresa