

# I: Formación complementaria en TI

---

## SOCIAL MEDIA

FCSM-01 Facebook para empresas y emprendedores

FCSM-02 Hootsuite: gestionando los medios sociales

FCSM-03 Twitter en la empresa

# Facebook para empresas y emprendedores

[Formación complementaria en TI]

Acción formativa: FCSB01

45 horas.

## Objetivos:

95,30 €

- Conocer cómo se adapta la elaboración del plan de marketing tradicional a las especificaciones que comportan las redes sociales y herramientas 2.0.
- Aprender la importancia en la planificación estratégica de la creación del social media plan, documento indispensable antes de iniciar cualquier acción 2.0.
- Conocer la importancia del eBranding como filosofía del marketing y punto de salida de nuestras acciones.
- Aprender a desarrollar los diferentes perfiles que pone a nuestra disposición Facebook para desarrollar las relaciones sociales y generar conversación alrededor de la marca.
- Conocer a fondo la elaboración e implementación de las páginas y grupos desde la empresa.
- Desarrollar habilidades comunicativas que permitan una implementación efectiva de Facebook en la estrategia comunicativa de la empresa.

## Contenidos

### Social media marketing

Introducción.  
Social media marketing.  
Social media engagement.  
Social CRM.  
El community manager.  
¿Por qué elegir Facebook?  
Caso de éxito: Obermuttern.  
Resumen.

### Facebook marketing

Introducción.  
eBranding.  
Facebook marketing.  
¿Perfil, grupo o página?  
Caso de éxito: hotel Entremares.  
Resumen.

### Las páginas

Introducción.  
Crear una página paso a paso.  
Interfaz de Facebook.  
Caso de éxito: Oreo.

 e-mail: [info@ieten.es](mailto:info@ieten.es)

 Tno y WhatsApp: +34 619 51 81 77


Resumen.

### Aplicaciones

Introducción.  
Aplicaciones.  
Aplicaciones propias: eventos y notas.  
Aplicaciones profesionales.  
Caso de éxito: Red Bull.  
Resumen.  
Creación de un grupo  
Registro.  
Personalización.  
Invitaciones.  
Preguntas prácticas.  
Ejercicios de autoevaluación.

### Integración con otras herramientas

Introducción.  
Twitter.  
Wordpress.  
SlideShare.  
Marcadores sociales.  
Pinterest.



Instagram.  
YouTube.  
Foursquare.  
Google Glass.  
Caso de éxito: Real Madrid F.C.  
Resumen.

### Marketing para fans

Introducción.  
Inbound marketing.  
EdgeRank.  
Marketing para fans.  
Optimizar la interacción.  
Convertir usuarios en compradores.  
Rentabilizar.  
Caso de éxito: Hawkers.  
Resumen.

### Plataforma publicitaria

Introducción.  
Publicidad en Facebook.  
Caso de éxito: Privalia.  
Resumen.

### Métricas y monitorización

Introducción.  
Key Performance Indicators.  
Facebook Insights.  
Monitorización: del ROI al IOR.  
Caso de éxito: Coca-Cola.  
Resumen.

### Glosario

e-mail: [info@ieten.es](mailto:info@ieten.es)

Tno y WhatsApp: +34 619 51 81 77



# Hootsuite: gestionando los medios sociales - contenido online

[Formación complementaria en TI]

Acción formativa: FCSM02

50 horas.

## Objetivos:

105,85 €

- Aprender todas las funcionalidades de Hootsuite disponibles para las cuentas de la modalidad Gratis y Pro.
- Aprender a publicar y programar mensajes, buscar y rastrear información en las redes, trabajar en equipo en las redes sociales, obtener distintas analíticas e informes de las actuaciones en Social Media.
- Conocer otras características no tan conocidas pero que también aportan valor añadido, como el acceso a Hootsuite University o la integración con otras aplicaciones.

## Contenidos

### Entorno del Social Media

Introducción.

Origen.

Clasificación.

Movilidad.

Nuevas profesiones.

Resumen.

### Hootsuite: la herramienta ideal

Introducción.

Alternativas.

Hootsuite.

Planes.

Alta.

Resumen.

### Panel de control: el centro de mandos

Introducción.

Panel de control.

Columnas.

Pestañas.

Redes Sociales.

Perfil de usuario.

Resumen.

### Participación es la clave

Introducción.

Publicar mensajes.

Interactuar con la audiencia.

 e-mail: [info@ieten.es](mailto:info@ieten.es)

 Tno y WhatsApp: +34 619 51 81 77

Borradores.

Editor.

Hootlet.

Resumen.

### Practicando la Escucha Social

Introducción.

Escucha social.

Búsqueda rápida.

Filtros.

### Búsquedas avanzadas.

Twitter.

Facebook.

LinkedIn.

Google Plus.

Archivado de mensajes.

Hootfeed.

Resumen.

### Colaboración en organizaciones

Introducción.

Organizaciones.

Equipos.

Redes sociales.

Interacciones.

Conversaciones.

Resumen.

### Analyze this!

Introducción.  
Analítica.  
Twitter.  
Facebook.  
LinkedIn.  
Google Analytics.  
Resultados por enlaces.  
Informes personalizados.  
Etiquetas.  
Resumen.

### Hootsuite Mobile

Introducción.  
Aplicación móvil.

Redes sociales y Columnas.  
Publicaciones.  
Búsqueda y monitorización.  
Estadísticas.  
Y esto no es todo.  
Resumen.

### Más por descubrir

Introducción.  
Contactos.  
Apps.  
Hootsuite University.  
Programa de Embajadores.  
Resumen.

 e-mail: [info@ieten.es](mailto:info@ieten.es)

 Tno y WhatsApp: +34 619 51 81 77



# Twitter en la empresa

[Formación complementaria en TI]

Acción formativa: FCSM03

45 horas.

## Objetivos:

95,30 €

- 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

### Concepto de responsabilidad Social Corporativa

#### 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

 e-mail: [info@ieten.es](mailto:info@ieten.es)

 Tno y WhatsApp: +34 619 51 81 77

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



e-mail: [info@ieten.es](mailto:info@ieten.es)

Tno y WhatsApp: +34 619 51 81 77