

# Curso de iniciación en Social Media y Web 2.0

## 1. Introducción a los medios sociales y web 2.0

### 1.1 Antecedentes de las redes sociales

- Redes sociales offline
- Nacimiento de Internet y redes
- Open Source
- Foros

### 1.2 Introducción a la filosofía de medios sociales

- El nuevo boca-oreja
- Cluetrain Manifiesto
- Características de los medios sociales
- Diálogo y respeto
- Relevancia y visibilidad

## 2. La nueva perspectiva de los medios sociales

### 2.1 Impacto de los medios sociales en la empresa

- Evolución en la comunicación
- Networking
- Investigación
- CRM
- RRHH
- Crowdsourcing e innovación

### 2.2 La figura del Community Manager

- Dinamización
- Establecimiento del diálogo
- Gestión de la reputación

## 3. Principales herramientas en medios sociales y web 2.0

### 3.1 Gestión de contenidos

- RSS y agregadores
- Marcadores
- Alertas

### 3.2 El blog como elemento central de la estrategia

- Características del blog
- Principales plataformas
- Creación y diseño de blogs
- integración con otras plataformas (redes sociales, microblogs)
- Blogmarketing

### 3.3 Microblogging: El éxito del tiempo real

- Características

- Creación de perfiles
- Establecimiento de diálogos
- Herramientas asociadas

### **3.4 Plataformas audiovisuales**

- Streaming de audio y vídeo
- Galerías de imágenes

### **3.5 Las redes sociales**

- Redes personales
- Redes profesionales
- Redes verticales

### **3.6 Monitorización y evaluación**

- Principales plataformas de seguimiento
- El ROI en los medios sociales

## **4. Aplicación real de los medios sociales**

### **4.1 Casos prácticos**

Ejemplos de trabajos realizados por diferentes organizaciones en medios sociales

# Curso de Community Management

## 1.- Impacto empresarial de los medios sociales

- Análisis de la situación actual
  - La empresa en los medios sociales
  - Nueva definición de cultura corporativa
  - La influencia de los usuarios de internet en la reputación de nuestra marca
  - Cambios en la percepción de la marca
  
- Ventajas de la presencia en medios sociales
  - Prevención de riesgos
  - Capacidad de respuesta
  - Contacto directo con prescriptores
  - Adaptación a la evolución de hábitos de los usuarios de internet
  
- Cómo gestionar el cambio
  - Implicación de la dirección
  - El modelo híbrido
  - Cambios transversales
  - Los empleados
  
- Áreas de aplicación de los medios sociales
  - Comunicación y relaciones públicas
  - Investigación
  - Desarrollo de negocio
  - Crowdsourcing
  - Recursos humanos
  - CRM
  - Marketing
  
- Recursos humanos
  - Integración con departamentos ya existentes (comunicación, marketing)
    - Nuevos puestos
      - Social Media Strategist
      - Community Manager
      - Empleados híbridos
      - Departamento de contenidos
      - Social Community Hunter
  
  - Gestión de equipos de medios sociales
  - Contratación externa (expertos en desarrollo web y programación)
  - El empleado como embajador ante el mundo 2.0

- Política de uso de los medios sociales en la empresa

## 2.- Estrategias y Tácticas

- Comunicar en medios sociales
  - Plan de integración: comunicación tradicional y comunicación 2.0
- Definición de objetivos
  - Cualitativos vs. cuantitativos
- Estrategia
  - Las 4 áreas: contenidos, gestión de comunidad, tecnología e investigación
  - El *storytelling*
  - Monitorización formativa
  - Selección de plataformas
  - Generación de contenidos
  - Creación de comunidad
  - Búsqueda de participantes
  - Dinamización
  - Establecimiento de diálogos
  - Investigación evaluativa
  - Fórmula viral
  - Errores comunes
- Nuevos canales y formatos comunicativos
  - Sala de prensa participativa: social media newsroom
  - Comunicado informativo (social media release)
  - Rueda de prensa 2.0
  - Blogs y bloggers
- Tipología de medios sociales
  - Sindicación de contenidos: RSS y agregadores
  - Blogging
  - Microblogging
  - Recursos audiovisuales
  - Marcadores
  - Comunidades y redes sociales
  - Podcasting
  - Wikis
  - Integración de plataformas
  - Otros (marcadores, geolocalización,...)
- Desarrollos tecnológicos
  - Sites y microsites
  - APIs, Mashups o aplicaciones híbridas
  - Convergencia de redes (Facebook Connect)

### 3.- Analítica, Posicionamiento y Evaluación

- Análisis de reputación
  - Auditorías
  - Mapa de influencia social
  
- Analítica web
  - Principios básicos
  - Conversión
  
- SMO
- SEO
- SEM
  
- Evaluación en medios sociales
  - Conceptos de medición: Población, Notoriedad, Influencia y Reputación.
  - Técnicas de monitorización
    - Foros
    - Blogs
    - Microblogs
    - Comentarios
    - Redes sociales
    - Plataformas de pago
  
  - Reporting
    - Cualitativo
    - Cuantitativo

### 4. Conclusiones

- Futuro de los medios sociales
- Casos de éxito