

LA FORMACIÓN ES LA CLAVE  
DEL ÉXITO

# Guía del Curso

## Twitter en la empresa

---

Modalidad de realización del curso: -

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

---

### 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

#### INTERNET, WEB 2.0 Y REDES SOCIALES

1. Introducción
2. Breve historia sobre internet
3. La web: 1.0, 2.0 y 3.0

4. Redes sociales y su importancia en la actualidad

## NUEVA ERA: DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES

1. Introducción
2. Redes sociales en la empresa. Diferencias entre social media y redes sociales
3. Perfil del trabajador en medios sociales

## MARKETING EN REDES SOCIALES

1. Introducción
2. Marketing online y marketing offline
3. Plan de estrategias de medios sociales
4. ¿Qué es Twitter?
5. Introducción
6. Conozcamos Twitter
7. Antecedentes y orígenes de Twitter
8. Fundamentos de Twitter

## REGISTRO, INICIO DE SESIÓN Y CONFIGURACIÓN DE LA CUENTA

1. Introducción
2. Correo electrónico, usuario y contraseña
3. Configuración del perfil
4. ¿Cuál es nuestra competencia?
5. Posicionamiento de nuestra cuenta

## ROLES EN TWITTER

1. Introducción
2. Clasificación y tipos de usuarios
3. Cómo actuar frente a un trol

## TWITTER EN LA ESTRATEGIA DE MARKETING

1. Introducción
2. Twitter para conseguir objetivos
3. Twitter para crear marca
4. Twitter para vender productos
5. Twitter para gestionar crisis

## GESTIÓN, MONITORIZACIÓN Y ANÁLISIS DE USUARIOS EN TWITTER

1. Introducción
2. Estructura de un tuit
3. Concepto de monitorizar: Hootsuite, TweetDeck y SocialBro
4. Análisis de usuarios: público objetivo y competencia

## IDENTIDAD DIGITAL Y REPUTACIÓN ONLINE

1. Introducción
2. Cómo me comporto y cómo me ven los demás
3. Mi rastro en internet: la identidad digital

## ANALÍTICA DE RESULTADOS

1. Introducción
2. KPI, ROI, IOR, ROE, ROO
3. Twitter Analytics

## APLICACIONES PARA TWITTER

1. Introducción
2. Twitter Cards
3. Sorteos y concursos
4. Otras herramientas de gestión

## GLOSARIO

1. Bibliografía



C/ San Lorenzo 2 - 2  
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476  
Fax: 951 987 941



[www.academiaintegral.com.es](http://www.academiaintegral.com.es)  
E-mail: [info@academiaintegral.com.es](mailto:info@academiaintegral.com.es)