



# Twitter en la empresa

## 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

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**