

M313

# La importancia de planear la comunicación: *Net strategy*



## Descripción:

En este curso se trabaja el plan de comunicación corporativa de una empresa a través de las herramientas 2.0, así como la reputación que ésta se creará en la red a través de su línea editorial y del contenido publicado. Además, se estudia el valor de las herramientas social media a través de los diferentes contenidos corporativos: canales RSS, salas, notas de prensa 2.0 y Facebook.

**Horas:** 40

## Objetivo General:

Adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar los planes de comunicación corporativa manejando las herramientas más actuales pertenecientes al social media.

## Requisitos y Conocimientos previos:

No son necesarios conocimientos previos, sin embargo, es aconsejable contar con nociones básicas de matemáticas y tecnologías, así como facilidad de comprensión lectora para seguir y asimilar correctamente los contenidos. También es de gran valor disponer de capacidad de planificación y organización.

## **Contenido M313**

### **Unidad didáctica 1. Introducción a los conceptos de red social, comunidad, cultura, identidad y reputación**

- 1.1. Conceptos básicos.
- 1.2. La privacidad en las redes sociales.
- 1.3. Buenos hábitos en el uso de redes sociales.
- 1.4. Las redes sociales como lugar de encuentro y socialización en Internet.

### **Unidad didáctica 2. La comunicación institucional corporativa en el universo 2.0**

- 2.1. El oxímoron del control de la información.
- 2.2 La creciente adopción del social media por parte de las empresas.
- 2.3. Comunicación 2.0.2.4. Comunicación interna y externa.2.5. El equipo.

### **Unidad didáctica 3. La importancia del contenido**

- 3.1. El Blogging como pilar de la estrategia social media.
- 3.2. El blog corporativo.
- 3.3. Twitter Corporativo.

### **Unidad didáctica 4. Otras herramientas de Social Media para la comunicación corporativa**

- 4.1. Blogs.
- 4.2. Wikis.
- 4.3. Foros.
- 4.4. Redes sociales horizontales.
- 4.5. Redes sociales verticales.
- 4.6. Redes de contenido.
- 4.7. Cifras globales de uso de Nuevas tecnologías.

### **Unidad didáctica 5. Redes sociales y telefonía móvil**

- 5.1. Navegar en teléfonos inteligentes.
- 5.2. Estadísticas alrededor de los teléfonos inteligentes y tablets.
- 5.3. A dónde se dirige el mercado.
- 5.4. Redes sociales en teléfonos inteligentes.

### **Unidad didáctica 6. Análisis y evaluación de resultados**

- 6.1. La monitorización, monitoring.
- 6.2. La analítica en las redes sociales.
- 6.3. ¿Qué es el ROI?

### **Unidad didáctica 7. Nuevas tendencias**

- 7.1. Cliente Digital.
- 7.2. Marketing Digital, Reputación y Marca.
- 7.3. Desarrollo de Clientes en la nueva era digital.
- 7.4. Metodologías B2B.
- 7.5. Habilidades de Comunicación.
- 7.6. Social Media Strategy.
- 7.7. Mobile Business.
- 7.8. Comercio Electrónico.
- 7.9. Posicionamiento en Internet.