

100%
SUBVENCIONADO*

CURSO DE INICIACIÓN
Presencial y Online

REDES SOCIALES Y POSICIONAMIENTO ONLINE

COMUNICACIÓN 2.0

Dirigido a profesionales de PYME que quieran actualizar sus conocimientos y descubrir las nuevas herramientas tecnológicas y medios sociales disponibles para optimizar su trabajo.

Inscripciones:

902 87 67 78 · info@centrocampoamor.com

Más información:

www.observatoriodelosestrategas.es

* FINANCIA

DIRIGIDO a profesionales de PYME y AUTÓNOMOS de cualquier tipo de empresa y sector que quieran actualizar sus conocimientos y descubrir, de una forma fácil y sencilla, las nuevas herramientas tecnológicas y medios sociales disponibles para optimizar su trabajo y mejorar sus resultados.

Profesionales inquietos interesados en conocer el nuevo entorno de medios sociales en el que se desarrollan los nuevos mercados y hacia el que convergen los más tradicionales.

INSCRIPCIONES*

Matrícula: 250 € bonificable con el crédito formativo de las empresas en la Seguridad Social

Descuento 30% para inscripciones:

- ✓ Anticipadas (hasta diez días antes del curso)
- ✓ Conjuntas (dos o más alumnos)

Matrícula con descuento 30%: 175 € (no bonificable S.S.; descuentos no acumulables)

***Condiciones EXCLUSIVAS** para **AUTÓNOMOS** y trabajadores de **PYME** (siempre que no tenga la consideración de gran empresa ni se trate de administración pública. Los trabajadores justificarán que desempeñan o van a desempeñar como consecuencia de la formación recibida, puestos de trabajo relacionados con TIC). **Curso subvencionado** por Plan Avanza del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y el Fondo Social Europeo.

FICHA TÉCNICA

Formato: presencial y online

Duración: 30 horas + Talleres prácticos online

- ✓ 30 horas presenciales en 6 sesiones de 5 horas
- ✓ Talleres prácticos online a través de plataforma de e-learning

Horario presencial: consulta cursos con matrícula abierta en www.observatoriodelosestrategas.es

Horario online: horario de conexión libre excepto sesiones de chat en directo

Inscripciones: 902 87 67 78 · info@centrocampoamor.com

Más información: www.observatoriodelosestrategas.es

Organizan:

- ✓ Centro de Formación Campoamor (www.centrocampoamor.com)
- ✓ Observatorio de los Estrategas (www.observatoriodelosestrategas.es)
- ✓ Canica Valor Estratégico (www.valorestrategico.es)

* FINANCIADA



OBJETIVOS

- ✓ Conocer los nuevos entornos 2.0 y descubrir las posibilidades de diálogo que nos ofrecen con nuestro público/cliente potencial.
- ✓ Ampliar los horizontes comerciales mediante la articulación de una red colaborativa gracias a las nuevas tecnologías.
- ✓ Aprender cómo conseguir mejores ranking en los resultados de las búsquedas que realizan los usuarios en Google y otros buscadores para obtener tráfico cualificado.
- ✓ Aplicar las herramientas, software y “open apps.” que existen a disposición de las PYME y que las hacen más competitivas en el entorno nacional e internacional.
- ✓ Ofrecer una visión detallada y una aproximación a la gestión de Internet como herramienta facilitadora en la empresa.

CONTENIDOS

El eje del curso es el conocimiento de de los **medios sociales** y su aplicación profesional. Se mostrará como los medios sociales ayudan en el **posicionamiento online** enmarcados en planes de **comunicación 2.0**.

Los alumnos comprenden la necesidad de estudiar, diseñar y marcar una estrategia previa a comunicar en Internet 2.0., empleando el lenguaje adecuado a cada herramienta y canal que decida usar para lanzar sus mensajes, orientados a la consecución de sus objetivos empresariales.

El alumno será introducido, tutelado y monitorizado a los términos y prácticas más comunes de comunicación en Internet 2.0. y también ejercitará sus habilidades para adecuar su lenguaje escrito a los diferentes soportes o herramientas comunicativas online.

El alumno aprenderá cómo analizar Internet desde el punto de vista estructural y de contenido para convertirlo en una herramienta eficaz para el adecuado posicionamiento de su oferta empresarial en el mercado y un canal de acceso a sus potenciales clientes.

Entre otras cosas, el alumno aprenderá los fundamentos básicos de la búsqueda de información en la Red con el fin de obtener del entorno online 2.0. todas los recursos disponibles para su empresa. Para ello, el alumno aprenderá una serie de habilidades con el fin de seleccionar y mejorar la metodología para lograr la información requerida.

El alumno comprenderá la diferencia conceptual de los posicionamientos SEO, SEM, SMM y SMO, así como los objetivos de cada una de estas metodologías y el perfil para aplicarlas profesionalmente.

* FINANCIADA



El alumno logrará estos objetivos en un entorno metodológico muy participativo, al contar con recursos audiovisuales y ejemplos que le ayudarán a comprender mejor los contenidos, así como el apoyo, la tutela y la monitorización de cómo aplica su aprendizaje a través del personal formador.

El contenido teórico-práctico visto en el curso de modo presencial se complementará con talleres prácticos online en los que el alumno obtendrá tutoría personal para desarrollar las prácticas aplicadas.

DIPLOMA ACREDITATIVO

El Observatorio de los Estrategas y el Centro de Formación Campoamor emitirán los certificados de asistencia y de aprovechamiento a los alumnos que superen las pruebas que se realizarán a través de la plataforma online. El cuestionario de evaluación abordará los principales temas tratados durante la celebración del curso, focalizado principalmente hacia una vocación práctica.

TUTORIZACIÓN

Los alumnos podrán contactar con el tutor del curso a través de la plataforma de formación y por supuesto a través de los diferentes medios sociales que se pondrán a disposición de los alumnos.

Los canales de comunicación serán por tanto los siguientes:

- ✓ Plataforma de formación: foros temáticos, chat y mensajes privados
- ✓ E-mail: particular del profesor
- ✓ Twitter: se creará una cuenta del curso para el seguimiento de los alumnos
- ✓ Blog del curso

* FINANCIADA



PROGRAMA

MÓDULO 1. REDES SOCIALES Y REPUTACIÓN ONLINE

Organizado en cuatro bloques temáticos, este curso pretende introducir al profesional en el entorno de la nueva comunicación, mostrarle las ventajas que el entorno online le ofrece para la consecución de sus objetivos empresariales, y formarle en el óptimo manejo de todas las herramientas que pone a su alcance para optimizar sus procesos comerciales, comunicativos y productivos. Este curso ofrece al alumno, y por extensión a la empresa en la que trabaja, las claves para un posicionamiento más competitivo en el mercado en el que trabaja, y le abre las puertas de nuevas oportunidades para posicionarse en nuevos mercados.

Los talleres prácticos estarán supervisados, monitorizados y dirigidos a través de una plataforma online para teleformación.

1. Entorno 2.0. ¿Qué es y qué aporta?

- a. Origen e introducción a la nueva comunicación social
- b. Cambios empresariales, políticos, comunicativos
- c. ¿Qué son los medios sociales?
Mapa web 2.0
 - i. Redes sociales
 - ii. Blogs y microblogs
 - iii. Herramientas sociales
- d. Consumidor 2.0. Escucha a tu cliente y localiza a tu futuro cliente
 - i. Redes sociales como fuente de conocimiento.
 - ii. Comportamiento del consumidor 2.0.
 - a. Crowdsourcing o inteligencia colectiva
 - iii. Nuevos líderes de opinión en la red.
 - iv. Tendencias sociológicas de consumidores y comportamiento online

2. Reputación online y estrategia 2.0. Diseña un plan coherente con tus objetivos de empresa que potencie las posibilidades de alcanzarlos

- i. Analizando el entorno
 - a. Presencia
 - b. Monitorización
 - c. Objetivos
 - d. Público Objetivo
 - e. Competencia
 - f. Valor Estratégico
- ii. La formulación de la estrategia online
- iii. La aplicación. Recursos necesarios

* FINANCIADA



- La figura del Community Manager
- iv. Cálculo del retorno, medición y gestión de resultados

3. Redes sociales. Guía práctica de uso profesional

- a. Microblogging: Twitter
- b. Redes sociales profesionales: LinkedIn
- c. Redes sociales generalistas: Facebook
- d. Blogs: Blogger

4. Herramientas sociales. Aplicaciones útiles al alcance de todos

- a. Utilidades y aplicaciones que sirven para compartir información en distintos formatos generadas por los usuarios
- b. Herramientas de escritorio
- c. Acortadores de enlaces
- d. Agregadores de enlaces

MÓDULO 2. POSICIONAMIENTO ONLINE

Organizado en tres bloques temáticos, el curso trata de que los profesionales conozcan el lenguaje en el entorno digital, como usarlo y los métodos para buscar información en Internet. Entre las numerosas ventajas competitivas que una empresa puede disponer actualmente están dos fundamentales: gestionar el conocimiento –entendido como la capacidad de aprovisionarse de información actualizada y las tendencias del mercado- y posicionarse en el mercado online, basándose en dicho conocimiento y en las herramientas tecnológicas más adecuadas. Con este curso, el alumno podrá acudir a Internet para gestionar el conocimiento, encontrar fuentes y posicionará su empresa/marca en Internet con una metodología comunicativa.

1. Búsquedas y visibilidad en Internet

- a. Cómo funcionan los buscadores
- b. Qué hacer para buscar lo que quiero y para que me encuentren
- c. Los 10 mandamientos para exprimir Google

2. Iniciación posicionamiento en buscadores

- a. Introducción

* FINANCIADA



- b. Lo que nunca definen los informáticos: Multimedia, Hipertexto, Arquitectura de contenidos, Navegación, Interactividad, Usabilidad, Persuabilidad, Multidireccionalidad, Participación, Web 2.0, el Manifiesto Cluetrain.
- c. Cómo me posiciono

3. SEO y SEM

- i. ¿Qué es y para qué sirve?
- ii. ¿Qué debo tener en cuenta y qué es lo más importante?
- iii. ¿Cómo aprovecharlo para mi empresa?
- iv. El perfil del profesional de SEO-SEM: Actitud antes SEO-SEM
- v. Las fases del SEO
- vi. Keywords
- vii. Acciones internas y externas
- viii. Posicionamiento natural. Hay que estar en todos los sitios
- ix. La importancia de una campaña SEM
- x. Anuncios: banners, “enlaces patrocinados” o Adwords
- xi. ¿Cómo hacer una campaña en Adwords?
- xii. Compra de palabras clave
- xiii. Forma de funcionamiento
- xiv. Google Analytics

* FINANCIADA



TALLERES PRÁCTICOS:

Los alumnos realizarán talleres prácticos a través de la plataforma online sobre los contenidos del curso (Facebook, Twitter, LinkedIn, blogs, herramientas sociales, etc.).

Estrategia 2.0.: en primer lugar se lleva a cabo un concienzudo análisis estratégico de comunicación (auditoría) de la empresa propuesta para el taller: objetivos, canales, público y entorno online..., con el objetivo de que el alumno analice qué estrategia marcará para la empresa. Tras el profundo estudio, se asesorará a los alumnos sobre la forma adecuada de generar una reputación digital adecuada al perfil del puesto que ocupa en la empresa. Este será el punto de partida para la implantación de la estrategia online.

Los alumnos accederán al mundo de los medios sociales y estudiarán su aplicación real en el mundo profesional que les será útil para posicionar su empresa creándose su propia cuenta y perfil en algunas de los medios sociales más populares se trazarán el plan de dinamización adecuado para cada caso y alumno, a través de cuál, se utilizarán las redes y otros medios de comunicación social como canales dinamizadores de la información de la empresa, captación de nuevos contactos (colaboradores, prescriptores, potenciales clientes, proveedores y clientes). Se analizará para cada caso cuáles son los medios sociales óptimos y el manual de estilo a seguir.

También se incentivará a los alumnos en la creación de un blog como medio social de alto valor añadido, autogestionable y propia. El blog supondrá para la empresa una potente herramienta de comunicación con su mercado, con gran capacidad de indexación en los motores de búsqueda y precursora de la participación e involucración de los distintos miembros de la empresa. Pondremos a disposición de los alumnos las herramientas necesarias para la creación de un blog de empresa, monitorizaremos su proceso de creación y estableceremos las pautas de mantenimiento.

* FINANCIADA



PROFESORADO

El personal docente son profesionales con una amplia experiencia en la materia tanto por su aplicación profesional como en el mundo de la docencia. Todos ellos forman parte de la consultora **Canica Valor Estratégico** y son miembros del **Observatorio de los Estrategas**.

OBSERVATORIO DE LOS ESTRATEGAS

El Observatorio de los Estrategas es un espacio de debate para el fomento del conocimiento y el estudio de las tendencias. Un espacio de intercambio y aprendizaje donde los participantes comparten las experiencias profesionales y personales que les han ayudado a generar valor en sus respectivos ámbitos de influencia.

El propósito de este formato nace con la pretensión intelectual por desarrollar, integrar y consolidar en las estructuras organizativas de las empresas este tipo de células, de encuentros entre las ideas y las experiencias de valor, con las que fraguar estrategias tangibles adaptadas al mercado real, capaces de generar los resultados anhelados por las organizaciones e instituciones.

Las actividades organizadas por el Observatorio de los Estrategas consisten en sesiones de trabajo que surgen con el fin de profundizar sobre algún tema concreto, sectorial, solicitado por un colectivo o atendiendo a algún tema de actualidad o relevancia suficiente para ser tratado. Estas actividades, reúnen a distintos perfiles de distintos sectores que permiten un análisis profundo del tema. Las conclusiones de estas actividades se transforman en herramientas útiles para el desarrollo profesional de los participantes.

OBJETIVOS

- Crear un encuentro entre personas e instituciones con un perfil de estrategias de primer nivel.
- Desarrollar un debate que se convierta en fuente de información y referente de nuestra sociedad.
- Detectar y analizar las actuales tendencias globales para establecer y prever estrategias eficaces.
- Contribuir a enriquecer la visión, gestión y desarrollo de nuestro entramado empresarial y económico.

ACTIVIDADES RECIENTES

- Jornada Profesional sobre Tecnologías de la Información. ¿Por qué hay proyectos que no caducan?
- Foro Turismo y Redes Sociales: ingredientes para una receta de éxito.
- Foro Turismo 2.0. El turista social y las Nuevas Tecnologías.
- Foro Turismo y Redes Sociales.
- Foro Ecodiseño. Diseño responsable de competitividad
- Curso Redes Sociales y Posicionamiento Online.

* FINANCIADA

