

CURSO “SOCIAL MEDIA Y REDES SOCIALES: WEB 2.0”

El objetivo principal de esta acción informativa es proporcionar a los participantes el conocimiento de herramientas y su uso en entornos de la web 2.0. Se trata de conocer las posibilidades y el potencial de algunos de los principales canales y herramientas de la comunicación digital, y de esta forma poder incrementar la eficacia de las acciones a través de los social media.

PROGRAMA:

MODULO A- TODO COMUNICA

1. La relevancia de gestionar la comunicación en las organizaciones de la Economía Social.
 - 1.1. Transparencia.
 - 1.2. La comunicación en las organizaciones sociales: ¿Compartir ideas y/o vender solidaridad?
2. Conceptos básicos y dimensiones para gestionar la comunicación
 - 2.1. Conceptos básicos sobre comunicación
 - 2.2. Barreras de la comunicación
3. Dimensión Identidad
4. Dimensión Comunicación
 - 4.1. La gestión de la comunicación en las organizaciones de economía social
 - 4.1.1. Empresas de mercado
 - 4.1.2. Organizaciones sociales
 - 4.2. Algunas ideas para desarrollar
5. Dimensión Imagen: la generación de la imagen. De la imagen transmitida a la imagen pública
 - 5.1. Imagen del sector de la economía social
 - 5.2. De la imagen transmitida a la imagen pública de las organizaciones
6. Análisis y gestión de la comunicación en función de nuestros públicos
7. El salto de la comunicación 1.0 a la comunicación 2.0

MODULO B: DE LOS MEDIOS TRADICIONALES A LOS SOCIAL MEDIA

1. El escenario de comunicación actual
 1. 1. El nuevo escenario: la Web 2.0
 1. 2. Un cambio cultural en marcha
 1. 3. ¿Por qué los social media suponen una revolución?
 1. 4. Historia del Social Media.
 1. 5. ¿Qué están haciendo los Mass Media para adaptarse a la nueva situación?
2. Impacto de las nuevas tecnologías Web 2.0 en la estrategia de comunicación de nuestra organización
 2. 1. La Organización 2.0
 2. 2. El cambio en la cultura corporativa
 2. 3. La comunicación digital
 2. 4. Reputación online
3. Hacia un nuevo modelo de comunicación: escuchar y conversar
 3. 1. Herramientas de monitorización
 3. 2. Sindicación de contenidos (RSS)

- 3. 3. Agregadores de noticias
- 4. Los nuevos actores: consumidores, líderes y Community Managers
 - 4. 1. Los nuevos consumidores
 - 4. 1. 1. Viralidad
 - 4. 2. Los nuevos líderes de opinión: los *tecnoinfluenciadores*
 - 4. 3. Los Community Managers
- 5. Claves del lenguaje audiovisual y multimedia: diseño, usabilidad y nuevas narrativas
 - 5. 1. Diseño y usabilidad
 - 5. 2. Narrativa digital
- 6. Comunicación off line vs. comunicación online. Introducción a las principales herramientas de comunicación 2.0
 - 6. 1. ¿Comunicación off line o comunicación on line?
 - 6. 2. Introducción a las herramientas de comunicación 2.0

MODULO C- HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN 2.0

- 1. Definiendo una estrategia:
- 2. ¿Cómo debo actuar en los social media?
- 3. Acercamiento a la blogosfera: Blogger y Wordpress
- 4. Microblogging
 - 4. 1. Twitter
- 5. Narración a través de imágenes, vídeo y audio
 - 5. 1. Flickr
 - 5. 2. Youtube
 - 5. 3. Podcasting
- 6. Comunidades virtuales
 - 6. 1. Facebook
 - 6. 2. Google +
- 7. Redes profesionales
 - 7. 1. LinkedIn
- 8. Gestión del conocimiento a través de la red: Wikis
- 9. Otras herramientas de la web social
 - 9. 1. Foursquare
 - 9. 2. Pinterest
 - 9. 3. Quora
 - 9. 4. Menéame
 - 9. 5. Delicious
- 10. Herramientas para la gestión múltiple de herramientas 2.0
- 11. La economía social en los social media

MODULO D- ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE NUESTRAS ESTRATEGIAS

- 1. Visibilidad y posicionamiento en la red
 - 1. 1. Buscadores
 - 1. 2. SEO y SEM
 - 1. 3. Google Analytics
- 2. Monitorización de redes sociales y herramientas de reputación online

MODULOS TRANSVERSALES-

<p><u>PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Seguridad y salud vial - Conceptos básicos PRL - Organización de la acción preventiva - Primeros Auxilios - Riesgos específicos 	<p><u>EMPRENDIMIENTO</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Definición de emprendimiento - Motivación - Ser emprendedor - Empezar un negocio - Liderazgo
<p><u>INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Factores de globalización - El proceso de internacionalización - Beneficios de la internacionalización - Factores a tomar en cuenta en la decisión de internacionalización - Decisión estratégica - Formulas de acceso a mercados internacionales 	<p><u>INNOVACIÓN</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Qué es la competitividad - Definición de la innovación - Importancia de la innovación - Tipo de Innovación - Innovación social - Fuentes de innovación