

CURSO – TALLER

Manejo de redes sociales y formación de comunidades virtuales

Temario

1. **Ecosistema digital:**
 - 1.1. El papel de las redes
 - 1.2. Otras herramientas del entorno digital
2. **La labor del equipo social media**
 - 2.1. ¿Por qué trabajar en equipo tu estrategia social media?
 - 2.2. Perfiles de la comunicación en social media
3. **Estrategia digital**
 - 3.1. Elaboración de un mix de medios digitales
 - 3.2. Planeación y negocios
 - 3.3. Segmentación
 - 3.3. Calendario editorial
 - 3.4. *Timing*: la importancia del tiempo
4. **Principales redes**
 - 4.1. Facebook
 - 4.2. Twitter
 - 4.3. LinkedIn
 - 4.4. Youtube
5. **Creatividad e innovación**
 - 5.1. Formatos
 - 5.1.1. Lluvia de ideas
 - 5.1.2. Ejecución de un proceso creativo
6. **Movilidad, geolocalización y big data**
 - 6.1. ¿Qué es movilidad? ¿Por qué planear estrategias para dispositivos móviles?
 - 6.2. Una estrategia pensada para geolocalizar consumidores
 - 6.3. Big data - Bases de datos y comportamiento predictivo
7. **Métricas**
 - 7.1. ¿Por qué medir?
 - 7.2. Métricas de *engagement* (Interacción)
 - 7.3. Elaboración de un mix de medios digitales del ciclo de comunicación
8. **Gestión de crisis**
 - 8.1. El semáforo de la crisis
 - 8.2. El manual de crisis
 - 8.3. Guía para un plan de acción frente a la crisis

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Asistencia (80% mínimo)
- Participación en clase
- Actividades de evaluación en cada sesión