

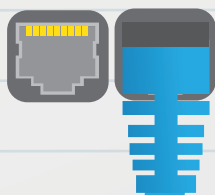


ESCUELA
DE PERIODISMO
Y COMUNICACIÓN
DE UNIDAD EDITORIAL

Programa de desarrollo profesional

Experto En Social Media Management

Madrid - 6 de Octubre a 15 de Diciembre de 2011



Colabora

Territorio creativo

Territorio creativo es una agencia consultora de Social Media Marketing que ayuda a las empresas a rentabilizar su marketing en los medios sociales. Fundada en 1997, es una agencia consultora "conectada" con una comunidad de 100.000 fans suscritos a sus diferentes medios sociales, entre los que destacan su #TcBlog, sobre Marketing, twitter.com/tcreativo, facebook.com/territoriocreativo y tclab.es, así como los perfiles de su equipo, los "tecerianos".

Cuenta con más de 5 años de experiencia en proyectos de marketing en medios sociales para clientes como Movistar, Bankinter, Venca, NH Hoteles, Grupo Correos, Banco Popular-e, Media Markt, Red.es

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

En el Programa de Desarrollo Profesional “Experto en Social Media Management. Nuevos perfiles en la sociedad de la información” se plantean los siguientes objetivos específicos:



- Conocer las últimas tendencias en Web 2.0
- Gestionar un plan de comunicación y marketing en Medios Sociales que se adapte a las necesidades de la marca, el producto y el nuevo contexto digital
- Aprender la metodología de un proyecto en Medios Sociales
- Manejar la tecnología. La generación de contenidos queda invalidada si no se acompaña de unos conocimientos básicos en el nuevo software social que permita desarrollar un diseño creativo que capte la atención del usuario.
- Conocer cómo se integran en Social Media las estrategias Online y Offline
- Investigación y gestión de la reputación online
- Social Media Commerce
- Conocer la última normativa en relación a la protección de datos, la privacidad y la protección del usuario

DIRIGIDO A

El programa se dirige a aquellas personas con interés, iniciativa y capacidad para desarrollar estrategias innovadoras en lo que a la gestión de la comunicación 2.0 y el marketing digital de empresas y administraciones públicas se refiere:

- Director General
- Director de Desarrollo Web
- Community Manager
- Director de IT
- Director de Innovación
- Director de Desarrollo de Negocio
- Director de Estrategia
- Director de Marketing
- Director Comercial y Ventas
- Director de Comunicación
- Director del Servicio de Atención al Cliente
- Product Manager
- Brand Manager
- Key Account Manager



METODOLOGÍA

Este Programa de Desarrollo Profesional, de 55 horas lectivas, asienta las bases conceptuales encuadrando importantes casos prácticos de la mano de profesionales de la comunicación 2.0 y el marketing digital español e internacional.

A lo largo del curso los asistentes tendrán que elaborar un proyecto bajo la supervisión de un tutor y presentarlo en una jornada extraordinaria.



INTRODUCCIÓN AL SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

6
octubre

Primer módulo



16_00
19_00

Visión y enfoque: Social Media Marketing

- Aspectos que configuran el marketing en Medios Sociales
- Momento actual: empresas que están recorriendo el camino
- Metodología de un proyecto en Medios Sociales

Juan Luis Polo
Responsable Académico
del Programa y
Socio Fundador
Director General
TERRITORIO CREATIVO

19_00
20_00

El consumidor 2.0

- La forma en que el consumidor está interactuando con las empresas
- Las recomendaciones sociales y su fuerza real
- Cuál es el interés de las marcas por el nuevo consumidor

Ana Aldea
Directora de Contenidos
AGORA NEWS

INTRODUCCIÓN AL SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

13
octubre

Primer módulo



16_00
19_00

Enfoque estratégico en Social Media Management

En entornos de innovación, es importante aprender con cada proyecto, adoptando buenas prácticas y sistematizando el aprendizaje. En el marketing en medios sociales existen ya iniciativas suficientes para tener checklists y tareas con las que enfocar y gestionar proyectos

- Etapas
- Objetivos
- Métricas
- Cultura
- Organización
- Comunidades y Plataformas

Juan Luis Polo
Responsable Académico
del Programa y
Socio Fundador
Director General
TERRITORIO CREATIVO

19_00
20_00

Integración del Social Media en las estrategias 360°

- Sinergias entre Online y Offline en tiempos de la Web 2.0

Pedro Pin
Digital Project Development
Director
OMD

20_00
21_00

Experiencia Empresarial:

■ MINUBE.COM

Juan Carlos Milena
Responsable de Prensa
MINUBE.COM

ORGANIZACIÓN EN LA EMPRESA

Segundo módulo

18
octubre



16_00
18_00

Cultura 2.0: la formación de equipos en la empresa

■ Equipos y Workflows: definición de equipos, flujos de trabajo y toma de decisiones

Fernando Polo
Socio Director
TERRITORIO CREATIVO

30'

Descanso

18_30
20_00

Recursos Humanos 2.0

■ Participación, productividad y colaboración para la gestión del conocimiento e innovación

Alfonso Alcántara
Community Manager
SERVICIO ANDALUZ DE
EMPLEO (SAE)
Consultor en Empleo 2.0,
RR.HH. y Coaching
YORIENTO.COM

20_00
21_00

PRESENTACION DEL PROYECTO FIN DE CURSO

■ Entrega de casos a los alumnos y organización de equipos de trabajo

Juan Luis Polo
Responsable Académico
del Programa y
Socio Fundador
Director General
TERRITORIO CREATIVO

IDENTIDAD DIGITAL

20

tercer módulo

octubre



16_00

17_30

Experiencia Empresarial: INDAL

- Caso práctico de uso del Social Media en una empresa industrial.

Ignacio Bruyel
Director de Comunicación
INDAL

30'

Descanso

18_00

19_00

La interacción entre consumidores y marcas

- Cómo la conversación ha cambiado el panorama de las marcas
- Las marcas se construyen con la ayuda de las personas
- Creando la perspectiva para que las marcas conversen

Enrique Burgos (*)
Director de Marketing
QDQ MEDIA

19_00

20_30

Diseño de interacción

- Más allá de los contenidos: la importancia de un buen diseño para captar la atención del usuario
- Usabilidad y persuabilidad

Joaquín Márquez
Director de Experiencia de Usuario
THE COCKTAIL

IDENTIDAD DIGITAL

27

tercer módulo

octubre



16_00

17_00

Experiencia Empresarial:

BBVA

Francisco Barranco
de la Torre
Public Relations &
Communications
BBVA

(*) Ponente pendiente de confirmación

17_00
18_00

Cómo comunicar la RSE en Redes Sociales

- Qué redes se mueven en torno a la RSE
- Twitter en RSE
- La Red Temática

Millán Berzosa
Dircom y Community
Manager
Consultor de Tecnología y
Reputación On-line
Profesor de Posgrado en la
Universidad Complutense
IDEAS4ALL

30'

Descanso

18_30
20_00

Investigación y gestión de la Reputación Online

- Por qué es importante la reputación online
- Modelo conceptual

Dr. Miguel del Fresno
Director
QUOR 2.0

20_00
21_00

I sesión de trabajo proyecto fin de curso

Juan Luis Polo
Responsable Académico
del Programa y
Socio Fundador
Director General
TERRITORIO CREATIVO

MANOS EN LA MASA

Cuarto módulo

3
Noviembre

Taller: filtraje y creación de contenidos

- Preparación:
 - Cuenta en Google
 - Gtalk – Calendar
 - Búsqueda avanzada – herramientas de idioma
- Recepción de información y fuentes:
 - RSS google.es/ig Reader
 - Google News – Alertas
 - Twitter: Internet en tiempo real
 - Delicious
- Generación de contenidos:
 - Wikis – Google Docs
 - CMS – Sistemas de Gestión de Contenidos
 - Blogs: Wordpress, Blogger, Tumblr, Posterous
 - Imágenes: Flickr, Google Picasa
 - Video: Vimeo, Blip, Youtube
- Autogestión de Derechos y Propiedad Intelectual

16_00
20_30

Antonio Fumero
BlogBrothers.org
Óscar Espiritusanto
BlogBrothers.org



MANOS EN LA MASA

10

noviembre

Cuarto módulo



16_00
20_30

Taller: Redes Sociales

- Redes Sociales de uso genérico
 - Perfil en Facebook. Fan Page.
 - Un repaso por Tuenti
 - Aspectos básicos de privacidad
- Redes sociales de ámbito profesional
 - Perfil en LinkedIn
 - Otras redes: Xing, Viadeo
 - Twitter y su impacto en la empresa: casos de uso

Antonio Fumero
BlogBrothers.org

Óscar Espiritusanto
BlogBrothers.org

20_30
21_00

II sesión de trabajo proyecto fin de curso

MANOS EN LA MASA

16

noviembre

Cuarto módulo



16_00
17_00

El contenido quiere ser social

- El valor del contenido en TW, FB y otros entornos sociales
- Estrategias con contenidos para marcas en social media
- Cómo hacer social el contenido
- Métricas para el contenido en social media
 - Qué tráfico real viene de plataformas sociales
 - Estrategias para maximizar retorno

Antonio Ortiz
Director Editorial
WEBLOGS SL

17_00
18_00

Monitorizar en la Red

- Herramientas para monitorizar
- Crear, controlar y reparar la reputación online

Ana Aldea
Directora de Contenidos
AGORA NEWS



30'

Descanso

18_30
20_00

Social Media Metrics

- ¿Cómo se mide en Internet?
- ¿Por qué necesitamos medir?
- ¿Cuáles son los conceptos básicos "tradicionales" que se manejan dentro de la métrica Web?:
 - Páginas vistas
 - Usuarios únicos
 - Tasa de rebote
 - Permanencia
- ¿Cómo se puede medir el retorno de la inversión en Internet a través de estas herramientas?
- Medición de aspectos clave de una comunidad (tamaño y vitalidad)
- Medición de tráfico en medios sociales (blogs, Twitter, Facebook...)



Javier Ortiz
SEO
UNIDAD EDITORIAL

MANOS EN LA MASA

Cuarto módulo

17

Noviembre



16_00
18_00

¿Sabemos quiénes somos... en Internet?

- Desarrolla tu identidad jugando



Diana González
Desarrollo de Identidad
Digital
EDENTITY

30'

Descanso

18_30
20_30

Cómo atender y gestionar una Comunidad Online

- Tipología de las comunidades
- Gestión de usuarios.
- Cantidad vs. Calidad
- Práctica de la gestión de Facebook y Twitter



Francisco Rábano
Spain's Regional Lead
YELP

24

noviembre

SOCIAL CRM

Quinto módulo



16_00

18_00

Social Media Commerce

- La utilización de las redes sociales para vender online
- La Revolución de las Redes Sociales
- Social Commerce y Social Shopping
- Estrategias y herramientas de venta
- Ejemplos prácticos y casos de éxito

Daniel Canomanuel
Ecommerce Manager
TELEPIZZA

30'

Descanso

18_30

19_30

Experiencia Empresarial.

- MOVISTAR

Ponente pendiente de
designar
MOVISTAR NEGOCIOS

19_30

20_30

Escucha comercial activa en plataformas sociales

Salvador Suárez
Socio Director
TERRITORIO CREATIVO

diciembre

JORNADA EXTRAORDINARIA

- Presentación de Proyectos Fin de Curso

15

diciembre

Y PARA COMPLETAR...

Quinto módulo



16_00

17_30

Aproximación a los aspectos jurídicos de la Web 2.0

- Aspectos relativos a privacidad (uso de fotos de terceras personas o de imágenes u otros protegidos por derechos de propiedad intelectual)
- Aspectos relacionados con la protección de datos personales (obligaciones del prestador y sanciones)
- Publicidad 2.0

Francisco Pérez Bes
Abogado de la Sección de
Derecho TIC
ILUSTRE COLEGIO DE
ABOGADOS DE
BARCELONA

17_30

18_30

Experiencia Empresarial:

- DINOSOL

Olivia LLorca
Directora de Comunicación
DINOSOL

18_45

19_45

Experiencia Empresarial: PLAY TELEVISIÓN

- Twittersodios, televisión social y espectadores 3.0

Eduardo Prádanos
Responsable de
Comunicación
PLAY TELEVISIÓN

20_00

Clausura y entrega de diplomas

+ información

Duración del Programa y fechas de impartición:

el Programa tiene una duración de 55 horas. El horario general del curso será de 16:00 a 21:00 h.

Documentación: los asistentes recibirán los casos y notas de estudio necesarios para el seguimiento del Programa.

Diploma: los participantes recibirán al finalizar el curso un diploma acreditativo, siempre que hayan asistido como mínimo al 80% de las sesiones.

Lugar de celebración: CIFESAL

C/ Corazón de María, 80. Madrid 28002

Derechos de inscripción: el precio total del Programa es de 2.900 € + 18% de IVA. Este precio incluye la asistencia a las sesiones y documentación.

Curso bonificable por la Fundación Tripartita para la Formación y el Empleo.

Cancelaciones: en caso de no poder asistir al curso una vez formalizada la matrícula, tiene la opción de que un sustituto venga en su lugar, comunicándonos sus datos por escrito al menos 24 h. antes del comienzo del curso. Para cancelar su asistencia, deberá notificarlo por escrito al menos 48 h. antes del comienzo del curso. En este caso será retenido un 10% en concepto de gastos administrativos.

Formación In-Company:

Si en su empresa necesita formación para un grupo de colaboradores sobre Experto en Social Media Management desde la Escuela de Periodismo y Comunicación de Unidad Editorial ponemos a su disposición los profesionales más experimentados para acompañarle en su proceso de incorporación o desarrollo en el mundo digital. Póngase en contacto con nosotros sin compromiso.

www.escuelaunidadeditorial.es

Telefono 91 443 53 36

informacion@escuelaunidadeditorial.es

twitter 

<http://twitter.com/EscuelaUE>

Linked in

<http://www.linkedin.com/company/escuela-unidad-editorial>



Colaboran:

dircom
Asociación de Directivos de Comunicación

ProCom
Asociación de Profesionales
de la Comunicación