

PROGRAMA DEL MÓDULO 2.1: TWITTER

TEMA 1: APROXIMACIÓN A LA RED DE TWITTER

- Historia de Twitter
- Twitter en números
- Usos personales y profesionales del microblogging

TEMA 2: FUNCIONAMIENTO BÁSICO DE TWITTER

- Creación y personalización de usuario
- Envío de mensajes privados
- Interacciones: conversaciones, me gusta, retweets
- Búsquedas
- Listas
- Hashtag
- Tendencias
- Guía de medidas para imágenes y vídeos

TEMA 3: GESTIÓN DE TWITTER EN ORGANIZACIONES

- Guía de estilo
- Calendario editorial: gestión de **contenidos**
- Acciones específicas:
 - Cómo difundir una **nota de prensa** en Twitter
 - Cómo difundir un **evento** en Twitter
- Introducción a Twitter Ads
- Evaluación y seguimiento: análisis

BONUS

- Decálogo de buenas prácticas
- Diccionario básico



Ejercicio práctico: Definir un cronograma de acción y calendario editorial para una semana de trabajo

COMPETENCIAS ADQUIRIDAS

Durante el módulo 2.0 el alumno adquirirá competencias **BÁSICAS** para la gestión de una cuenta corporativa de Twitter. Específicamente será capaz de:

- elaborar una guía de estilo para Twitter
- diseñar un calendario editorial de contenidos y un cronograma de acción para Twitter
- generar un perfil corporativo en Twitter desde el que emitir información, mantener conversaciones, participar en debates, seguir eventos y buscar información de interés
- analizar resultados de cuenta con métricas de medición (KPI) y Twitter Ads

“Twitter es uno de los canales de comunicación que más peso debe tener en el Plan estratégico de Social Media de las entidades del sector de la construcción”



Branding

Ayuda a construir identidad digital y a gestionar la reputación online



Negocios

Permite conectar con clientes potenciales y personas influyentes



Conocimiento

Da acceso a lo que está ocurriendo en el sector y en todo el mundo