

Objetivos:

La misión principal del curso es ayudar a conseguir a los asistentes un conocimiento amplio, práctico y detallado sobre las oportunidades que ofrece el Social Media Marketing para instituciones, empresas y profesionales de todos los sectores.

Para esto, las sesiones constarán de clases y talleres que permitan su aplicación de forma profesional y práctica.

Los objetivos a conseguir son:

- Inculcar una cultura 2.0 en la organización y en las personas.
- Mejorar la comunicación y la generación de conocimiento colectivo, entre miembros de una misma organización.
- Interrelacionarse con otras entidades para generar conocimiento.
- Adaptarse a nuevos hábitos y tendencias del mercado.
- Mejorar la estrategia de comunicación, promoción y marketing.
- Conocer las claves y el manejo de las herramientas 2.0 a nuestro alcance.
- Conocer al nuevo consumidos.
- Gestión el cambio de una empresa offline al 2.0.
- Aumentar el retorno de la inversión en nuestras de marketing social.

Metodología:

El curso consta de 100 horas presenciales y 50 a distancia.

Partiendo de un **diagnóstico previo de los alumnos** y basándonos en una metodología experiencial, el desarrollo del curso será eminentemente **práctico** apoyando cada concepto con el estudio de casos reales, role-plays, dinámicas de apoyo conceptual, análisis de videos ó utilización de las distintas herramientas tecnológicas existentes en el mercado.

El **objetivo** es asegurar en todo momento la **comprensión y adquisición** de los conocimientos impartidos y para garantizar su aplicabilidad, se partirá siempre de un

diagnóstico previo del grado de conocimiento, experiencia y necesidades de cada alumno a 2 niveles:

- 1.- Analizando casos reales de éxitos relacionados directamente con los sub-sectores en los que operan los participantes.
- 2.- Realizando análisis individualizado de los casos de cada participante, mostrando cómo realizar una autodiagnóstico y realizando una "hoja de ruta" de acciones a realizar para implementar los conocimientos adquiridos de forma directa e inmediata.

El curso irá apoyado con diapositivas en PowerPoint, con casos reales y material audiovisual de ejemplo.

Medios didácticos:

- Presentación de powerpoint con casos reales y enlaces Web.
- Explicaciones del profesor, adaptadas a los sectores y casos de cada asistente.
- Manual didáctico para que los alumnos puedan continuar y profundizar en su formación y aplicación práctica.
- Repositorio de contenido exclusivo donde los alumnos tienen a disposición material adicional, casos y bibliografía, donde pueden intercambiar dudas, opiniones, etc; así como grupos de discusión en redes sociales.

A través de las clases complementarias a las charlas y coloquios que tendrán lugar en las sesiones se aporta un Saber Hacer para encaminar al entorno 2.0 de forma que al terminar el curso los asistentes tendrán conocimientos prácticos para emprender el cambio o evolución a los nuevos canales.

Las clases se complementan con sesiones prácticas, entre ellas talleres de Wordpress, MailChimp, etc.

Al finalizar el curso el alumno deberá entregar y superar el Proyecto final del curso tutorizado sobre un caso real en el que el alumno deberá poner en práctica lo aprendido y el manejo de las herramientas tratadas, que equivale a 50 horas a distancia.

Participantes:

Dirigido a Gerentes, directores, responsables del Marketing y Comunicación, Gabinetes de Prensa, Publicistas, Periodistas, autónomos, emprendedores y cualquier profesional del ámbito público o privado interesados en optimizar y especializarse profesionalmente en los nuevos canales sociales y la comunicación.

Dado el nivel de este curso y sus diferentes módulos, es necesario que los asistentes cuenten con un nivel inicial en el uso de las redes sociales.

Programa:

1. REDES SOCIALES Y DESARROLLO DE NEGOCIO

- Interpretación de un plan de marketing y su adaptación a lo on-line.
- Identidad, reputación e influencia digital.
- Marketing relacional y experiencia de usuario.
- Legal Marketing.

2. EL PERFIL DEL CM, FUNCIONES, ROLES Y COMPETENCIAS PROFESIONALES.

- Organización del trabajo.
- Herramientas de gestión y optimización. Protocolos de actuación.

3. ESTRATEGIAS EN SOCIAL MEDIA Y LA IDEA DE ECOSISTEMA.

- Facebook como herramienta de marketing.
- Twitter y la proyección de la marca.
- Otras plataformas emergentes.
- Wordpress.
- E-mail marketing.

4. LA VISIBILIDAD ON-LINE.

- Publicidad on-line: conceptos, formatos y práctica con Adwords.
- Introducción al SEO y posicionamiento de marca.
- Posicionamiento de contenidos.
- Redacción y comunicación 2.
- Manual de usos y estilos

5. SEGUIMIENTO Y CONTROL

- Conceptos clave para la Analítica Web y herramientas.
- Interpretación de informes en Analítica Web.
- Métricas y monitorización

Profesorado:

JAVIER PÉREZ CARO

Consultor de Management, CEO de Nuevo Viernes – Nuevo Libro, profesor, formador, speaker, coordinador del The Monday Reading Club (club de lectura de marketing online). Director académico del curso Experto en Community Manager.

<http://www.nuevoviernes-nuevolibro.es/>

<http://twitter.com/JavierPerezCaro>

RAÚL DORADO GARRIDO

Licenciado en Psicopedagogía, Publicidad y Relaciones Públicas. Director de comunicación, Consultor de Social Media Marketing. Emprendedor, CEO de Segunda Planta Comunicación, Organizador de Iniciador Sevilla, iWeekend Sevilla, Delegado de AERCO en Sevilla. Co-embajador de Xing.

[@raul_sp](http://twitter.com/raul_sp)

JAVIER MERCHÁN

Director de MKG2.0, Consultor y Formador en diseño web, posicionamiento SEO y SEM, analítica Web y marketing en internet.

<http://www.mgk20.com>

[@merchanjavier](http://twitter.com/merchanjavier)

JOSÉ B. MORENO

Consultor especialista en SEO, SEM, SMO y Analítica WEB. Actualmente Responsable de Search Marketing y Análisis.Web en QDQ Media y anteriormente Online Marketer en Interdigital y SEO Manager en Weblogs S.L.

<http://www.jbmoreno.es>

<http://twitter.com/jbmoreno>

RICARDO PABÓN GARCÍA

Diplomado en Turismo por EUSA. Especializado en el área de innovación y productividad 2.0 en la empresa, actualmente coordinador área Social. Media Marketing Cámara de Comercio de Sevilla – Escuela de Negocios y Campus Universitario EUSA. Emprendedor.

Startup megustatutweet.com. Organización evento #SevillaSeMueve. Colaborador en el evento Tapas and Tweets.

<http://twitter.com/RicardoPabon>

<http://ricardopabon.es/>

DANIEL ALCÁNTARA

Fundador de GOES Legal Marketing, despacho de abogados especializado en Legal Marketing On, Legal Marketing Off, Internet, privacidad y Legal Redes Sociales. Publicidad, Derecho del Entretenimiento y Estrategia Legal 2.0.

www.goesabogados.com

[@daalag](https://twitter.com/daalag)

SONIA CONTERO PÉREZ

Periodista y consultora especializada en comunicación empresarial y gestión de comunidades, Máster en Comunicación corporativa y Técnico Superior en Google Analytics.

<http://twitter.com/soniconp>

CARLOS OJEDA SÁNCHEZ

Socio y responsable de Consultoría y Formación en Walnuters. Fundador de Tapas&Tweets, evento sobre Social Media y Marketing on line. Diseño y gestión de eventos 2.0.

<http://twitter.com/carlosojedatt>

CARLOS PIZCOS

Desarrollo de aplicaciones, diseño y programación de plataformas y páginas web (Drupal, Wordpress...). Posicionamiento web. Formador y consultor.

<http://twitter.com/pizcos>

SARA PÉREZ

Periodista. Actualmente trabaja en Walnuters, con proyectos de gobierno abierto (Foro de Ideas de Alcalá de Guadaíra), gestión de redes sociales de la administración pública (Agencia IDEA) y la Universidad de Sevilla (SmmUs) y la organización de eventos (Tapas&Tweets). Además de ofrecer apoyo a las áreas de consultoría y formación.

[@sarappm](https://twitter.com/sarappm)

EVARISTO NOGALES

Socio responsable del área de investigación 2.0 en Walnuters. Profesor invitado del master DIRCOMEI en Universidad de Sevilla. Socio Ameisin. Anterior Director General de Publigrupo, Comunicación y Marketing y CEO en metromedia Technologies Ibérica.

<http://twitter.com/evaristonogales>

<http://www.linkedin.com/merchanjavier>

Características:

El curso tendrá una duración de 150 horas lectivas de las cuales 100 h. presenciales y 50 h. a distancia, los viernes de 17:00 a 22:00 horas y sábados de 09:00 a 14:00, en el período comprendido del 26 de abril al 6 de julio.

De esta forma, los derechos de matrícula y participación en el curso importan **1.200 €**. En dicha cantidad están incluidos los costes del material docente que se entregará a lo largo del período lectivo. Consulte condiciones y facilidades de pago.

El Departamento de Formación y Empleo se reserva el derecho de anular la celebración del curso de no llegar a un mínimo de alumnos.

Calendario de Impartición:

Todas las clases se realizarán en la sede de la Cámara de Comercio c/Pérez de Castro, 1.

26 y 27 Abril 2013	(V: 17h a 22h y S: 9h a 14h)
3 y 4 Mayo 2013	(V: 17h a 22h y S: 9h a 14h)
10 y 11 Mayo 2013	(V: 17h a 22h y S: 9h a 14h)
17 y 18 Mayo 2013	(V: 17h a 22h y S: 9h a 14h)
24 y 25 Mayo 2013	(V: 17h a 22h y S: 9h a 14h)
7 y 8 Junio 2013	(V: 17h a 22h y S: 9h a 14h)
14 y 15 Junio 2013	(V: 17h a 22h y S: 9h a 14h)
21 y 22 Junio 2013	(V: 17h a 22h y S: 9h a 14h)
28 y 29 Junio 2013	(V: 17h a 22h y S: 9h a 14h)
5 y 6 Julio 2013	(V: 17h a 22h y S: 9h a 14h)

Diploma:

A los alumnos que demuestren aprovechamiento y asistan, al menos al 80% del período lectivo y presenten y superen el proyecto final, la Cámara de Comercio de Córdoba les otorgará el correspondiente DIPLOMA acreditativo de su participación en el curso.

Este curso se puede bonificar de acuerdo con el sistema de Formación Continua a través de los boletines mensuales de cotización a la Seguridad Social.

Todos los trámites deben realizarse como máximo 7 días antes del inicio del curso.