



**La importancia de planear la
comunicación: Net strategy**

Objetivos

□ **Objetivo General**

- En este curso se trabaja el plan de comunicación corporativa de una empresa a través de las herramientas 2.0, así como la reputación que ésta se creará en la red a través de su línea editorial y del contenido publicado.
Además, se estudia el valor de las herramientas social media a través de los diferentes contenidos corporativos: canales RSS, salas, notas de prensa 2.0 y Facebook.

Contenidos

40 HORAS	La importancia de planear la comunicación: Net strategy
	Módulo 1
	<ul style="list-style-type: none"> □ Tema 1. La comunicación institucional corporativa en el universo 2.0 <ul style="list-style-type: none"> • El oxímoron del control de la información • La creciente adopción del social media por parte de las empresas. • Eliminando el concepto 2.0 de un plan de comunicación 2.0 • El radar de situación • El equipo
	<ul style="list-style-type: none"> □ Tema 2. La importancia del contenido <ul style="list-style-type: none"> • Blogging y microblogging como pilares de la estrategia de social media • El blog corporativo • Twitter Corporativo.
	<ul style="list-style-type: none"> □ Tema 3. Otras herramientas de Social Media para la comunicación corporativa <ul style="list-style-type: none"> • De la sala de prensa virtual a la sala de prensa social • La nota de prensa 2.0 • Los RSS y los bookmarks • De Facebook a LinkedIn
	<ul style="list-style-type: none"> □ Tema 4. Análisis y evaluación de resultados <ul style="list-style-type: none"> • La monitorización, monitoring • El valor de la actividad • ¿Qué es el ROI?
40 horas	1 Módulo y 4 unidades