

APLICACIONES WEB 2.0. 40 HORAS

CONTENIDOS:

A continuación se desarrolla el contenido de la acción formativa

- 1- Estudiar las diferentes formas de comunicación y transmisión del conocimiento que existen dentro de la empresa tanto a nivel formal como informal.

Contenidos teóricos:

- La comunicación
- El flujo de la comunicación
- Redes de la comunicación
- Sugerencias para reducir las consecuencias negativas de los rumores
- Elección del canal adecuado
- Barreras para la comunicación eficaz en la organización
- La comunicación y la visión.

Contenidos prácticos:

- Casos prácticos.

- 2- Aprender a usar diferentes herramientas de la Web 2.0

Contenidos teóricos:

- Introducción
- Blog
- Wiki
- Editores de Texto colaborativos
- Software social

Contenidos prácticos:

- Creación de un Blog.
- Creación de Logos.
- Crear, alojar y compartir publicaciones interactivas (Calameo, Scribb).
- Creación de una Web colaborativa Wiki con Google Site.

- 3- Aprender a usar herramientas de comunicación

Contenidos teóricos:

- Chat
- Servicio de mensajería instantánea
- Pizarra digital

Contenidos prácticos:

- Cómo crea tu propio Chat.

4- Conocer las normas de buen uso y de etiqueta en las redes de comunicación de Web 2.0

Contenidos teóricos:

- Normativa aplicable a la Web 2.0.
- Protección de Datos y Seguridad de la información.
- Propiedad Intelectual. Licencias Creative Commons, Color Iuris, GNU-GPL, etc.
- Propiedad Industrial. Marcas y dominios.
- Publicidad, Comercio Electrónico y Servicios de la Sociedad de la Información.

Contenidos prácticos:

- Casos prácticos.

5- Conocer las estrategias necesarias para implantar estas formas de comunicación en la empresa

Contenidos teóricos:

- El modelo actual de comunicación empresarial e institucional. .
- Impacto de Internet en los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión).
- Factores que están transformando el modelo de comunicación empresarial e institucional.
- Hacia un nuevo modelo de comunicación: escuchar y conversar.
- Las relaciones con los nuevos medios digitales.
- Cómo realizar comunicados de prensa para la web social.
- Diseño y apariencia.
- Reglas y normas a seguir.
- Cuándo deben realizarse.
- Recursos.

Contenidos prácticos:

- Casos prácticos.

6- Conoce los lectores RSS

Contenidos teóricos:

- Definición
- Canales / Fuentes de sindicación
- Feed

Contenidos prácticos:

- Estar permanentemente actualizado: lectores RSS

7- Conocer y familiarizarse con el concepto de marketing 2.0

Contenidos teóricos:

- Selección y alta de canales, creación de contenidos y personalización gráfica
- Dinamización de los canales, gestión de comunidades (Community Management) y networking 2.0
- Retransmisiones en directo de eventos a través de las redes sociales y la blogosfera
- Campañas de publicidad 2.0 (Facebook Ads, LinkedIn DirectAds)

Contenidos prácticos:

- Casos Prácticos

8- Conocer y familiarizarse con el concepto de Business Blog

Contenidos teóricos:

- Definición.
- Anatomía de un blog.
- Quién es quién en la blogosfera: cómo encontrar y analizar los blogs.
- Cómo acercarse a los bloggers: relaciones con los medios digitales.
- Tipos de blogs.
- Blogs de Producto - Ventas/Marketing.
- Blogs Relacionales - Equipo directivo.
- Blogs de Atención al cliente.
- Blogs internos.
- Principales blogs en España e Iberoamérica.

Contenidos prácticos:

- Diseño de un blog corporativo
- Casos prácticos