

DESCRIPCIÓN

Horas: 300

Créditos ECTS: 12

No hay duda de que **Twitter es una de las redes sociales más influyentes** en la actualidad. Sus peculiaridades, características y funcionamiento la convierten en una red social única, donde más que las imágenes o vídeos, **importan las palabras y los comentarios u opiniones de sus usuarios**. De hecho, en algunas ocasiones ha llegado, incluso, a **sustituir a los medios tradicionales** de consulta de información.

No obstante, lo cierto es que **son pocos los especialistas sobre esta red social**, lo que significa una menor competencia y **una mayor rentabilidad** para aquellos que quieran dedicarse profesionalmente a ella, ya sea a través de la **creación de campañas en Twitter Ads** o aprovechando las noticias más destacadas para **conectar con los clientes potenciales**, puesto que permite segmentar campañas por múltiples criterios, como cuentas a las que sigue, palabras clave, etc.

Este programa formativo contiene material teórico y práctico cuyo objetivo es que el alumno tenga un aprendizaje progresivo, pasando por **todas las etapas necesarias** para **utilizar perfectamente Twitter Ads**, analítica de las campañas incluida. Así, el alumno conocerá en **profundidad y detalle todos los aspectos de esta red social** para, si así lo desea, poder dedicarse profesionalmente a ella.

CERTIFICACIÓN



**Universidad Europea
Miguel de Cervantes**

La universidad **Universidad Europea Miguel de Cervantes** Actualmente los cursos, masters y expertos acreditados por la Universidad Europea Miguel de Cervantes son válidos en bolsas y oposiciones a excepción de Murcia, [consulta la convocatoria o su bolsa](#).

Esta universidad expide sus diplomas en créditos y horas.

OBJETIVOS

Generales

- Especializarse en esta red social de forma que pueda constituirse como opción laboral de gran rentabilidad y autonomía.
- Dar a conocer con profundidad y detalle todos los aspectos de esta red social para un empleo profesional y personal.
- Preparar al alumno en un aprendizaje progresivo sobre Twitter de forma escalonada y práctica.

SALIDAS PROFESIONALES

- Emprendedor.
- Director o profesional de marketing online y del social media.
- Freelance que quieran promocionar sus servicios mediante Twitter.
- Bloguero.
- Agencias o empresas.

METODOLOGÍA

El desarrollo del programa formativo se realiza a distancia, el alumno dispondrá de los contenidos en formato PDF y realizará la evaluación en la plataforma online, esta plataforma está operativa 24x7x365 y además está adaptada a cualquier dispositivo móvil. El alumno en todo momento contará con el apoyo del departamento tutorial. Dentro de la plataforma encontrarás:

- Guía de la plataforma.
- Foros y chats para contactar con los tutores.
- Temario.
- Resúmenes.
- Vídeos.
- Guías y protocolos adicionales.
- Evaluaciones.

- Seguimiento del proceso formativo.

CONTENIDOS

Tema I. Algunas consideraciones previas al libro

- Introducción.
 - Algunas preguntas que deberías formularte.
-

Tema II. Ecosistema actual de los social media

- Introducción.
 - Redes sociales.
 - Herramientas de contenido.
 - Herramientas de medición/gestión.
 - Herramientas de comunicaciones.
 - Otras herramientas 2.0.
 - Algunos usos de los medios sociales para profesionales y empresas.
 - Resumen.
 - Autoevaluación.
-

Tema III. Historia y datos de interés sobre Twitter

- Introducción.
 - Historia de Twitter.
 - Algunos datos y estadísticas de interés.
 - Idiomas más usados.
 - Twitter una de las web más utilizada del mundo.
 - Twitter no diferencia entre empresas y personas.
 - Resumen.
 - Autoevaluación.
-

Tema IV. Todo el mundo piensa al principio que Twitter no sirve para nada

- Todo el mundo piensa al principio que Twitter no sirve para nada.
 - Resumen.
 - Autoevaluación.
-

Tema V. Ecosistema de Twitter

- Ecosistema de Twitter.
-

Tema VI. Creación, personalización y configuración de una cuenta en Twitter

- Introducción.
 - La importancia del nombre de la cuenta.
 - Las imágenes de la cuenta de Twitter.
 - La importancia de la bio (biografía).
 - Creación de una cuenta de Twitter.
 - Personalización de la cuenta de Twitter.
 - Cómo seguir a las primeras cuentas en Twitter.
 - Llega la hora de publicar el primer Tweet.
 - Resumen.
 - Autoevaluación.
-

Tema VII. Trabajo habitual en Twitter

- Introducción.
- Pantalla de Twitter.
 - Inicio.
 - Notificaciones.

- Mensajes.
 - Guardados.
- Publicar en Twitter.
 - Escribir un Tweet.
 - Añadir imágenes a un Tweet.
 - Añadir GIFs a un Tweet.
 - Añadir un vídeo a un Tweet.
 - Etiquetas o Hashtags.
 - Encuestas.
 - Publicar Tweets desde una web externa.
 - Respuestas y menciones.
 - Retweets.
 - Los emojis en Twitter.
- Hilos.
- Cómo ver los Tweets que publica una cuenta.
 - Repetir Tweets, ¿sí o no?
 - Estructura de un Tweet.
 - Publicar un Tweet desde una web externa.
 - Los enlaces en un Tweet.
 - Geoposicionamiento de un Tweet.
- Búsquedas en Twitter.
 - Búsqueda sencilla.
 - Guardar una búsqueda.
 - Búsqueda avanzada.
 - Operadores de uso en las búsquedas.
- Seguidores.
 - A quién seguir.
 - Políticas de seguimiento de Twitter.
 - Cómo conseguir/perder seguidores.
 - Sobre la compra de seguidores.
 - Las estadísticas de un Tweet.
- Listas.
 - Qué son las listas.
 - Cómo se crea una lista.
 - Limitaciones de las listas.
 - Cómo saber en cuántas listas está una cuenta de Twitter.
- Otras operaciones con Tweets.
 - Fijar un Tweet.
 - Borrar un Tweet.
 - Embeber un Tweet.
 - Me gusta.
 - Twitter Cards.
 - La URL de un Tweet.
 - Cómo insertar una cronología en tu web/blog.
 - Traducción de un Tweet.
 - Cómo conocer el primer Tweet que publicó una cuenta.
- Mensajes directos (DM).
- Trending Topic o Tendencias.
 - Qué son las Tendencias.
 - Configuración de las Tendencias.
 - Cómo conseguir un Trending Topic.
- Momentos.
- Límites y reglas de Twitter.
- Cuentas verificadas.
- Resumen.
- Autoevaluación.

Tema VIII. Twitter Media Studio

- Introducción.
 - Características de los formatos en Media Studio.
 - Cómo subir contenido multimedia a tu biblioteca.
 - Cómo publicar contenido desde tu biblioteca de Media Studio.
 - Cómo programar un contenido desde tu biblioteca.
 - Cómo agregar otras cuentas a tu Media Studio.
 - Estadísticas de Media Studio.
 - Resumen.
 - Autoevaluación.
-

Tema IX. Analíticas de Twitter

- Introducción.
 - Qué podemos obtener de Twitter Analytics.
 - Inicio.
 - Tweets.
 - Audiencias.
 - Eventos.
 - Vídeos.
 - Seguimiento de conversiones.
 - Resumen.
 - Autoevaluación.
-

Tema X. Publicidad en Twitter

- Introducción.
 - Tipos de campañas en Twitter Ads.
 - Menú de Twitter Ads.
 - Modo promote.
 - Resumen.
 - Autoevaluación.
-

Tema XI. Aplicación móvil de Twitter

- Introducción.
 - Pantallas de la app de Twitter.
 - Algunas acciones que se pueden realizar en la app de Twitter.
 - Resumen.
 - Autoevaluación.
-

Tema XII. Algunas consideraciones sobre el uso de Twitter

- Introducción.
- La importancia de la estrategia.
- ¿Con qué frecuencia, en qué días y horas, y qué twittear?
- El lado oscuro de Twitter.
- Algunos ejemplos de errores cometidos en Twitter.
- Gestión de crisis de reputación.
- Cómo difundir tu cuenta de Twitter.
- ¿Cuánto tiempo tengo que dedicar a Twitter?
- ¿Es lícito cobrar/pagar por twittear?
- Tipología de usuarios de Twitter.
- Twitter y social login.
- Automatización de contenidos.
- Suspensión de cuentas.
- Cómo aumentar la interacción en Twitter.
- La importancia de diferenciarse.
- ¿Hay que tener una o varias cuentas?
- Métricas para Twitter.
- Relación de Twitter con otras redes sociales.
- ¿Te tomas en serio tu presencia en Twitter?
- Cuando la cuenta de Twitter la gestiona más de una persona.
- Los botones de Twitter.

- Concursos en Twitter.
 - Malas prácticas en Twitter.
 - Resumen.
 - Autoevaluación.
-

Tema XIII. Periscope

- Introducción.
 - Pantallas de la APP.
 - Resumen.
 - Autoevaluación.
-

Tema XIV. TweetDeck

- Introducción.
 - Pantalla de TweetDeck.
 - La característica teams (equipos) en TweetDeck.
 - Programar un Tweet.
 - Resumen.
 - Autoevaluación.
-

Tema XV. Algunas aplicaciones de Twitter

- Introducción.
 - Aprendizaje informal.
 - Difusión de contenidos y tráfico para tu Web/Blog.
 - Contactos profesionales.
 - Buscar trabajo.
 - Buscar talento.
 - Atención al cliente.
 - Consumo de noticias.
 - Difusión de eventos.
 - Administraciones públicas y Twitter.
 - Colaboración entre las redes sociales de una empresa y las de sus trabajadores.
 - Social media marketing.
 - Política.
 - Marca personal.
 - Community manager.
 - Resumen.
 - Autoevaluación.
-

Tema XVI. Herramientas para Twitter

- Introducción.
 - Hootsuite.
 - Buffer.
 - Tweet Binder.
 - Audiense.
 - Brandwatch.
 - IFTTT.
 - Dlv.r.it.
 - Bit.ly.
 - Google Analytics.
 - Feedly.
 - Google Alerts.
 - Herramientas de relevancia social.
 - Otras herramientas de interés para Twitter.
 - Resumen.
 - Autoevaluación.
-

Tema XVII. El futuro de Twitter

- El futuro de Twitter.

- Resumen.
 - Autoevaluación.
-

Tema XVIII. Conclusiones

- Conclusiones.
 - Resumen.
 - Autoevaluación.
-

Tema XIX. Recursos de interés

- Recursos de interés.
-

Tema XX. Glosario de términos

- Glosario de términos.
-