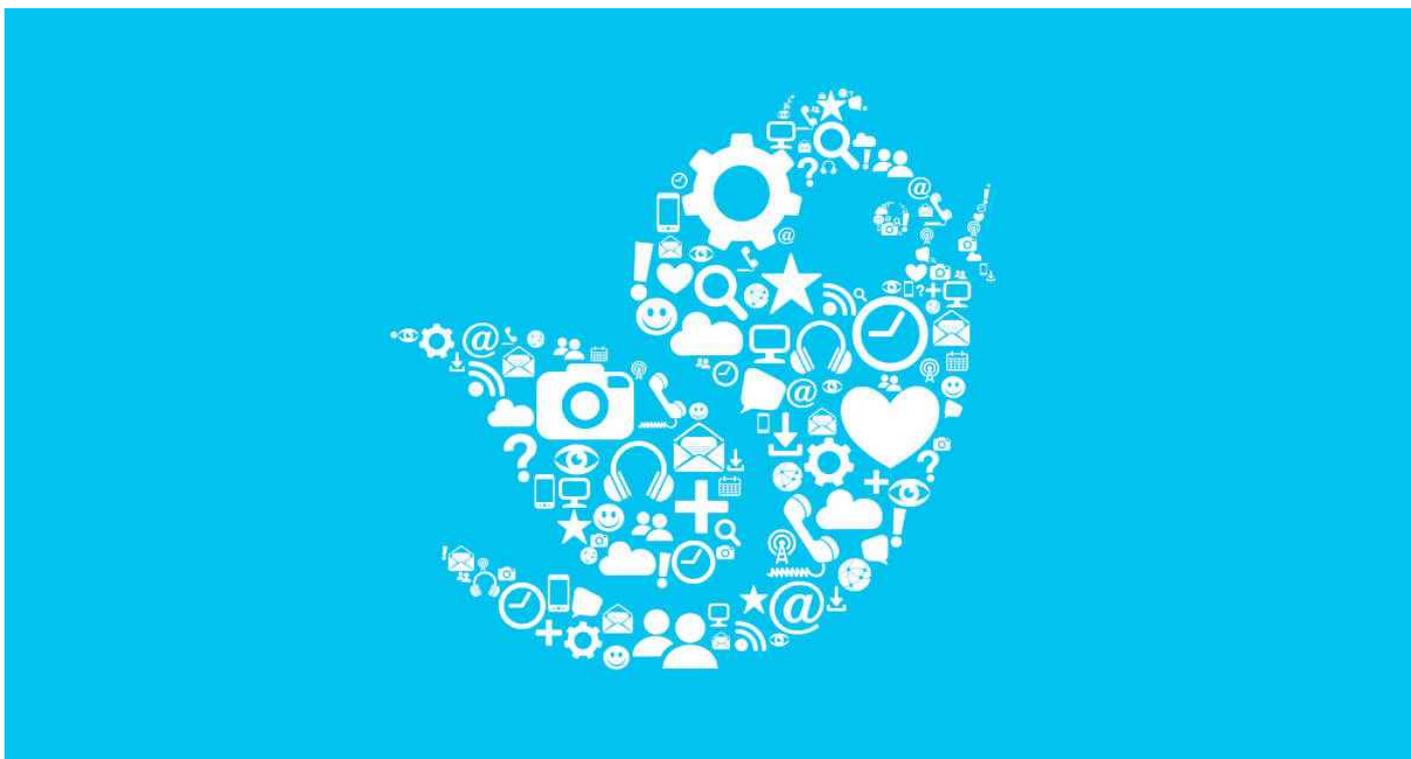


# Técnico especialista en twitter



## 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 deberas 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.
-