

I Curso en Social Media y web 2.0 aplicada a la comunicación de salud

Programa de Formación

	CONTENIDOS
1. Introducción a los medios sociales (12 enero)	Antecedentes de los medios sociales
TALLER GRATUÍTO	El nuevo boca-oreja
	Cluetrain, Streisand,..
	Impacto en la empresa: CRM, crowdsourcing, I+D,...
	Impacto en la comunicación y en el negocio
2. La blogosfera sanitaria y la salud 2.0 (19 enero)	Salud e internet
	El paciente 2.0 = empowerment patient
	La tecnificación de la visita médica
	Manifiesto Salud 2.0
	Quién es quién en la blogosfera sanitaria
	Cómo gestionar la relación con bloggers
	Éxitos y fracasos en la relación con bloggers
	Blogosfera sanitaria y Twitter: principales <i>tweetups</i> de salud
3. Monitorización y auditoría (26 enero)	Concepto y objetivo de la auditoría en medios sociales
	Mapa de influencia y reputación propia y de la competencia

	Presencia y relevancia en directorios, foros, blogs y redes sociales
	Tablas de Dinamización y Diálogo- Presencia controlada/no controlada
4. Estar al día en salud: webs de interés, RSS, agregadores y redes verticales de salud (2 de febrero)	Medios de comunicación
	Iniciativas corporativas: farmacéuticas
	Iniciativas de entidades y organizaciones no lucrativas
	¿Qué son y cómo usar RSS y agregadores de contenidos?
	Sindicación de búsquedas y noticias
	Cómo crear nuestro propio agregador de noticias
	Ejemplos prácticos
5. Microblogging y redes audiovisuales (9 de febrero)	¿Qué es Twitter?
	Crear un perfil en Twitter
	Configuración y diseño del perfil
	Terminología común: follower, hashtag, etc...
	¿Cómo se establecen los diálogos?
	Búsquedas y tendencias en Twitter
	Imágenes en Twitter (Tweetphoto, Twitpic,...)
	Herramientas para Twitter: (Tweetdeck, Backtweets,etc...)
	Ejemplos de utilización de Twitter en el sector médico- farmacéutico
	Youtube, Goear ,Dale al Play
	Flickr, Spotify
	El video- blogging

6. Blogs: Blogger y Wordpress. Relaciones con bloggers (16 de febrero)	¿Qué es?
	Partes de un blog
	Creación y actualización de post
	Incrustar imágenes y vídeo
	Diseño de un blog
	Opciones adicionales
	Tracking con Google Analytics
	Blog marketing
	Ejemplos de utilización de Blogs en el sector médico- farmacéutico
7. Facebook y redes profesionales (1 de marzo)	Creación de perfiles
	Creación y gestión de la red de contactos
	Grupos y debates
	Configuración de la privacidad en Facebook
	Aplicaciones en Facebook
	Creación de páginas en Facebook y registro de URLs personalizadas
	Ejemplos de utilización de Facebook en el sector médico- farmacéutico
8. Community Management (8 de marzo)	Perfil profesional
	¿Cuáles son sus funciones?
	Organigrama 2.0
	Dinamización
	Coordinación con otros profesionales

	Establecimiento de diálogos
	Gestión de la reputación
9. Evaluación y analítica (15 de marzo)	
	Plataformas gratuitas
	Software de pago más común
	Evaluación de los conceptos
	ROI en medios sociales
10. Salud y Web 2.0: casos de éxito (22 de marzo)	Casos generales
	Emprendedores
	Casos industria farmacéutica
	Casos de médicos
	Casos de farmacéuticos
11. Nociones básicas de SEO y SEM (29 de marzo)	¿Qué es el SEO?
	Claves para redactar en SEO
	Cómo favorecer el SEO
	¿Qué es el SEM?
	Cómo gestionar el SEM
	Beneficios del SEM