

Dña. Fátima Martínez López

Tras estudiar Publicidad y RRPP y completar su formación en Esic y Cesma, los medios de comunicación se convirtieron en su gran escuela durante 28 años.

Ha trabajado en El País, Época, América Ibérica, Axel Springer, Grupo Sferay los últimos 13 años en Vocento como Directora Comercial de Madrid de ABC, Radio, TV y Gerente de la Multimedia.

En la actualidad es Consultora, Dircom y Formadora de distintas empresas y apasionada del Social Media.

Forma parte del Ranking de las 100 Mujeres que Mejor Comunican en la Red de Wellcomm Community. Incluida en el ranking de Elena Gómez del Pozuelo "Consejeras y Consejables" como una de las 40 mujeres más influyentes en la red y las nuevas tecnologías

Blog profesional: <http://fmlopez48.wordpress.com/>

"Luces y Sombras de las Marcas" sobre Comunicación, Publicidad, Marketing y Social Media

Blog personal: <http://fatimamartinezlopez.com/>

Página web: <http://fatimamartinez.com>

Twitter: @fmlopez48

Fecha: 04 de octubre de 2011

Lugar: Centro de formación de Atenea Interactiva
C/ Mérida, 6 – 28043 Madrid

Coste: 450 € + IVA (18%). Total 531 € por asistente



Fundación Tripartita
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

Bonificable por la Fundación
Tripartita

Mediante el formulario web accesible en: <http://www.ateneainteractiva.com>

Por teléfono: 902 365 612. Contacte con el Departamento de Eventos

Por e-mail: Envíenos sus datos a: inscripciones@ateneainteractiva.com

IMPRESINDIBLE TRAER PORTATIL AL CURSO

REDES SOCIALES



Madrid, 04 de octubre de 2011



Estimado Profesional,

La comunicación está evolucionando a un ritmo vertiginoso, ningún medio de comunicación ha sido tan global como lo son hoy en día las redes sociales, **Facebook** ha incorporado en un mes 100 millones de usuarios, en este momento tiene 690 millones de usuarios en el mundo, **Twitter** 200 millones, **LinkedIn** 100 millones, **Tuenti** comprada recientemente por Telefónica tiene cerca 9 millones de usuarios. Los consumidores ya no quieren permanecer estáticos ante las marcas, quieren ser escuchados, quieren decir lo que opinan, recomiendan a sus amigos, censuran las cosas que les parecen incorrectas. Ha cambiado muchísimo la comunicación.

En el presente seminario conoceremos las diferentes redes sociales y cómo éstas se tienen que incorporar a las políticas de comunicación y de marketing de la empresa. También conoceremos las herramientas disponibles que nos permiten monitorizar lo que se está diciendo de nuestra empresa en las redes sociales y el impacto que tiene nuestras acciones en las mismas.

Es el momento de formar un equipo en la empresa para gestionar de forma adecuada su presencia en las redes sociales, conocer los perfiles profesionales necesarios para ello y a reconocer, en ellos, su "marca personal" de forma que se refuerce la imagen de la empresa en el mercado.

Aprenderemos como aplicaremos a nuestro negocio tecnologías que ya están presentes como la geolocalización y el marketing móvil.

Le animamos a participar y compartir sus inquietudes con los ponentes y con el resto de asistentes, entre los cuales algunos están inmersos ya en proyectos apasionantes en el "mundo de las redes sociales"

¡Reserve en su agenda el próximo 04 de octubre!

DIRIGIDO A

- Directores Generales y Gerentes de Sociedades Anónimas y Limitadas
- Directores de Marketing y Comunicación
- Directores de canales alternativos
- Responsables de nuevas Tecnologías
- Responsables de seguridad
- Responsables de atención al cliente
- Responsables de post venta Emprendedores
- Administraciones públicas obligadas por la ley 11/2007
- Banca electrónica y seguros
- Profesionales de cualquier ámbito que deseen aprender a gestionar los nuevos canales

OBJETIVOS

- Conocer las principales redes sociales y sus diferencias
- Acercar las herramientas necesarias para que la empresa pueda aprovechar las posibilidades que nos ofrece la Red
- Aprender el mejor uso de las Redes
- Sociales y el lenguaje propio de cada red social
- Aprender a monitorizar la presencia de la empresa en redes sociales
- Mejorar y completar el plan estratégico de comunicación y marketing tradicional
- Conocer que perfiles profesionales son los más idóneos para la gestión de una presencia eficaz en redes sociales
- Optimizar la marca personal de los empleados y saber cómo éstos pueden ayudar a la empresa

HORARIO

- 8:45 - 9:00** Acreditaciones
- 9:00 -10:00** Ponencias y Sesiones
- 11:30-12:00** Coffe Break
- 12:00-14:00** Talleres
- 14:00-15:00** Pausa Comida
- 15:00-18:30** Ponencias y Sesiones
- 18:30-19:00** Coloquio y Clausura

PROGRAMA DE LA JORNADA

9:00 -10:00 ¿Qué comprende el marketing 2.0?

- Redes Sociales
- Redes y Blogs Corporativos
- Canales: Youtube, Vimeo, Flickr
- Foros y Wikis
- Geolocalización: Foursquare, Facebook Places, Twitter Places

10:00-11:30 Principales Redes Sociales

- Twitter
- Facebook
- Tuenti
- LinkedIn
- Google +

11:30-12:00 Coffee Break

12:00-14:00 Talleres

- Twitter
- Facebook (fanpage)
- LinkedIn
- Quora
- Google +

14:00-15:00 Almuerzo

15:00-16:00 La comunicación en red

- Diferentes tipos de uso y lenguaje
- Como gestionar una crisis en la red

16:00-17:00 Analizar y personalizar Facebook y Twitter

- Principales app para Twitter
- Principales app para la fanpage de Facebook
- Estadísticas de Twitter
- Estadísticas de Facebook

17:00-18:00 El equipo de Social Media

- Perfiles y funciones
- Los empleados: una fuente de crecimiento para la empresa.
- Las agencias de Social Media

18:00-18:30 Marca personal

- Como crear y optimizar nuestra marca en la red
- Cómo ayudar a nuestra empresa desde nuestros perfiles