

Sesión 6 Networking de empresas locales

Duración: 6h

Acceso a un ordenador: Necesario

Inicialmente se abrirá la sesión con una introducción al nuevo modelo de participación y colaboración originado por la wikinomia. Previo al inicio de las sesiones en grupo se expondrán los objetivos, el rol de los participantes, el trabajo a realizar en la sesión y el alcance de la sesión. Es importante tanto para la organización como para las empresas y proveedores participantes.

Una vez finalizada la sesión, abrimos la participación a las empresas cliente presentes, las cuales deberán hacer una presentación en 5 minutos de quienes son y qué ofrecen al mercado.

Para finalizar se organizarán sesiones de networking, donde cada empresa tendrá la oportunidad de hablar con cualquier otra empresa con una duración máxima de 5 minutos.

Tutelage y herramientas

Durante la duración de las sesiones se ofrece el servicio de tutelaje por parte de Socialtec. Este servicio de tutelaje se basará en la utilización de wikis y los participantes podrán realizar consultas sobre los ejercicios solicitados.

Para desarrollar las sesiones se utilizarán herramientas 2.0 (blogs, wikis, bookmarking social, gestión de proyectos (netvibes), etc.). Las sesiones se desarrollarán en intervalos de una o dos semanas.

Información e inscripciones:

CADE Huelva:

Tel.: 959 650 960 - cade.huelva@andaluciaemprende.es

CADE Aracena:

Tel.: 959 126 568 - mcbarrero@andaluciaemprende.es

Horario de primera sesión 9:30 h a 14:30 h,

resto de sesiones de 9:00 h a 14:00 h.

Sesión 1:

11 de febrero: Huelva (Hotel Barceló Beach Resort, Punta Umbria)

Sesión 2:

22 de febrero: Huelva (UHU, Pabellón Paulo Freire, aula 6)

23 de febrero: Aracena (Edificio Mancomunidad Ribera de Huelva)

Sesión 3:

8 de marzo: Huelva (UHU, Pabellón Paulo Freire, aula 6)

9 de marzo: Aracena (Edificio Mancomunidad Ribera de Huelva)

Sesión 4:

23 de marzo: Huelva (UHU, Pabellón Paulo Freire, aula 6)

Sesión 5:

8 de abril: Huelva (UHU, Pabellón Paulo Freire, aula 6)

Sesión 6:

20 de abril: Huelva (UHU, Pabellón Paulo Freire, aula 6)

impartido por: Tirso Maldonado

jornadas empresariales sobre: Marketing en redes sociales Herramientas



Colaboran:



Universidad de Huelva



ribera del huelva
mancomunidad de municipios



Andalucía Emprende,
Fundación Pública Andaluza

Misión del plan de formación

Nuestra misión es ayudar a que los miembros que asistan a las sesiones conozcan los beneficios y las oportunidades que puede aportar la Web 2.0. Los focos más significativos del plan son:

- Inculcar una cultura 2.0 en el cliente
- Mejorar la comunicación y la generación de conocimiento colectivo entre los empleados de cualquier organización
- Adaptarse a los nuevos hábitos y tendencias del mercado
- Mejorar la eficiencia de la estrategia de comunicación, promoción y marketing del cliente
- Adaptarse al nuevo cliente (adprosumer)
- Reducir el impacto del cambio ocasionado por la adopción de una estrategia 2.0 (gestión del cambio)

Se aporta "Saber Hacer" para encaminarle hacia un entorno 2.0, y además pone a su disposición a expertos que nos ayudarán a posicionar al cliente en este nuevo entorno 2.0.

A quien va dirigido

Para inculcar la cultura 2.0 en una organización es necesario que los puestos de dirección y gestión estén involucrados y que sean los motores de la incorporación de las estas nuevas herramientas y modelo de gestión.

Recomendamos que a los cursos de formación asistan puestos de dirección, marketing, organización y propietarios. Aunque las sesiones formativas están organizadas por materia, es muy interesante que cada empleado asista a cada una de las sesiones.

El contenido está dividido en seis jornadas de 5 horas en intervalos de una semana. Estos intervalos son necesarios para que los profesionales que asistan a las sesiones tengan el suficiente tiempo para digerir el nuevo contenido y desarrollar las prácticas que se hayan programado.

Es imprescindible que los asistentes a las sesiones dispongan de ordenador portátil propio. Todas las sesiones incluirán una parte teórica y otra práctica.

Sesión 1

Introducción a los medios sociales y taller básico en YouTube y Facebook.

Mejora de la productividad interna y la innovación vía tecnologías sociales.

- Duración: 5h
Acceso a un ordenador: Necesario
Modo: Clase y taller
Temario de la primera sesión:
- Contexto y definición Web 2.0
 - Nuevos términos
 - Los principios de la Web 2.0
 - El poder de los medios sociales
 - Quién es el nuevo cliente
 - La evolución hacia el modelo de gestión 2.0
 - Taller: YouTube, Facebook y Twitter (básico)
 - Wiki y sus aplicaciones (documentos online)
 - Marcadores sociales y sus aplicaciones (gestor de favoritos url)
 - RSS y sus aplicaciones (lector RSS)
 - Hiveminder y sus aplicaciones (gestor de tareas)
 - Google Apps (Gmail, documentos y calendario compartido)
 - CRM en modelo SaaS (gestor de la relación con los clientes)
 - Google Wave (comunicación interna)

Sesión 2

Las tecnologías sociales aplicadas al posicionamiento y comercialización en la Era Facebook

- Duración: 5h
Acceso a un ordenador: Necesario
Modo: Clase y taller
Temario de la segunda sesión:
- Cómo construir una página web adaptada a la Era Facebook
 - YouTube y sus aplicaciones (avanzado)
 - Facebook y sus aplicaciones (avanzado)
 - Twitter y sus aplicaciones (avanzado)

Sesión 3

Estrategias sociales, posicionamiento y comercialización

- Duración: 5h
Acceso a un ordenador: Necesario
Modo: Clase y práctica
Temario de la tercera sesión:
- Definición de la estrategia social
 - Elaboración del plan
 - SMO (Social Media Optimization). Posicionamiento en los medios sociales
 - Reputación en la blogosfera y otros medios sociales
 - Elaboración de productos y servicios 2.0
 - Modelo de posicionamiento y comercialización online

Sesión 4

Cómo aprovechar las nuevas oportunidades del a Web 2.0.

Tutoría presencial personalizada.

- Duración: 5h
Acceso a un ordenador: Necesario
Para el desarrollo de las directrices estratégicas a seguir se propone el desarrollo de un workshop con los asistentes. Estas sesiones se pueden llevar a cabo por área, departamentos o general.
Previo al inicio de las sesiones en grupo se expondrán los objetivos, el rol de los participantes, el trabajo a realizar en la sesión y el alcance del workshop. Es importante tanto para la organización como para el equipo de consultores participantes en el proyecto.
Se desarrollará un workshop de 5 horas de duración con el objetivo de desarrollar un trabajo de consultoría personalizado por empresa. El foco de la sesión es ayudar a las empresas a desarrollar la estrategia de comercialización y venta adaptando las nuevas herramientas que ofrecen los medios sociales.

Sesión 5

Formación a proveedores de servicios de Internet.

