

SOCIAL MEDIA STRATEGIES

(ESTRATEGIAS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES:
CÓMO PONER SU MARCA EN EL CENTRO DE LA CONVERSACIÓN)

Fecha: 04 y 05 de abril de 2013 / **Costo:** \$24,000 / **Horario:** 10:00 - 19:00 hrs.

Profesora: Nancy Egan

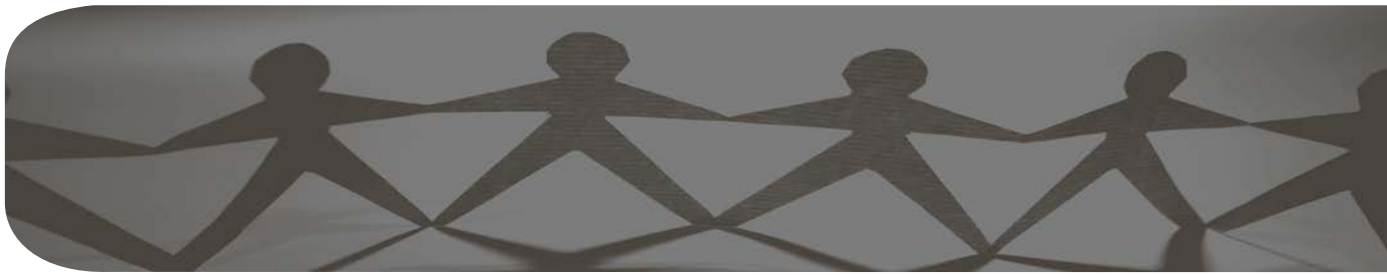


GRADUATE SCHOOL OF DESIGN
HARVARD UNIVERSITY
EXECUTIVE EDUCATION

Con el fin de ser competitivas, las organizaciones tienen la necesidad de elaborar un mensaje convincente que integre argumentos acerca de no sólo lo que se puede hacer por el cliente, sino también el *porqué* su empresa es la mejor opción.

Los sitios Web continúan siendo de máxima importancia como el escaparate virtual de todo un compendio de información acerca de nuestras empresas y nuestro trabajo. Sin embargo, cuando se trata de marketing y relaciones públicas, cada historia, cada imagen, cada marca, y cada relación juega un papel importante en su interacción con un número ilimitado de plataformas de medios.

Una estrategia de marca puede ejecutarse en espacios dentro de un corporativo. No así los mensajes de marca, que toman forma alrededor de todo el mundo, en cualquier lugar que cuente con acceso a Internet. En términos reales, potencialmente cualquiera puede encontrarse hablando de su firma e influyendo en la percepción de su marca.



Objetivos del programa:

Conducir la exploración de oportunidades de generar y potenciar estrategias de mercadotecnia para alcanzar audiencias meta, construir influencias y moldear percepciones. Se solicita a los participantes asistir con ejemplos de sus propios programas tanto de marketing como de medios sociales para su presentación y discusión.

Los participantes:

- Descubrirán el uso progresivo de las estrategias en medios sociales para colocar su marca en el centro de las conversaciones.
- Obtendrán conocimientos sobre el potencial estratégico de las plataformas de medios sociales.
- Entenderán las mediciones cuantitativas y cualitativas para determinar el éxito mercadológico.
- Analizarán estrategias exitosas de casos reales que puedan ser implementadas en su compañía.

Dirigido a:

- Socios y líderes de proyectos.
- Directivos y ejecutivos.

Recomendación: dominio de inglés Toefl institucional 500 puntos.