

Ciberespacio

Viaje al mundo de las redes sociales en la empresa

4 · MAPA

Ciberespacio: Viaje al mundo de las redes sociales en la empresa

3 · MAPA

DIRECCIÓN

Carlos Guallarte
Santiago Tejedor

EQUIPO DE CONTENIDOS

Santiago Tejedor
Cristina Carril
Nataly Guerrero

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Lavinia Jaraba

FOTOGRAFÍAS

Portada

Torre agbar, Barcelona, España · PIXABAY

Contraportada

Baldosa El panot de flor, para pavimentar calles de Barcelona, diseñado por Josep Puig i Cadafalch , Barcelona, España · PIXABAY

Primera edición: septiembre del 2023

Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, Cerdanyola del Vallès

¡Bienvenid@ a este viaje por el universo de las redes sociales en el ámbito empresarial!

Todas las organizaciones en la actualidad necesitan estar presentes en el mundo de las redes sociales. El ciberespacio posibilita visibilizar nuestra marca y ofrece grandes oportunidades para el marketing de valor y la fidelización. Por ello, hemos de generar contenidos, narrativas y estrategias para diversos canales y plataformas digitales. El dilema no es si estar o no en la Red. La pregunta es para qué, dónde y cómo estar.

Las redes sociales ofrecen a las organizaciones la posibilidad de conectar con su audiencia, preguntarle, escucharla e impulsar iniciativas diversas. Además, ofrecen la posibilidad de generar comunidad, esto es, conectar individuos que poseen intereses similares. La Inteligencia Artificial y otros desarrollos tecnológicos recientes inauguran desafíos comunicativos y de gestión en el mundo de la empresa... tan fascinantes como desafiantes.



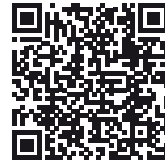
“Inteligencia Artificial. El nacimiento del fuego”

Autor: Roberto Menéndez



“El Poder de la Tecnología. Riesgos y Beneficios”

Autor: José Moreno



Ciberespacio: definición, aplicaciones y límites



Entrevista a Andrés Toledo: Marketing en Redes Sociales



El significado y el potencial del ciberespacio



Identidad digital: ¿quiénes somos en las redes sociales?



Entrevista a Romina González Galetto, Regional Manager de Hootsuite: el valor estratégico de las redes sociales



Las redes sociales en el marco del ciberespacio. Consumidores, comercio electrónico y propiedad intelectual a la luz del caso



“Las redes sociales nos humanizan”

Autor: Cristina Maag



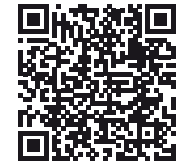
Entrevista con Vanesa Castro, responsable de Redes Sociales Leroy Merlin España



What's Up with Marketing / Tendencias para redes sociales, Google y marketing digital



Marketing en las redes sociales: cómo obtener los mejores resultados en cada canal



Para Ver



Para Leer



Entrevistas



REDES SOCIALES

¿Qué son?

Plataformas digitales en línea

Permiten a los usuarios interactuar y comunicarse

Compartir contenido, opiniones e intereses comunes



¿Como ayuda a las empresas?

Incrementar la visibilidad y reconocimiento de la marca

Interactuar con clientes potenciales y existentes

Obtener retroalimentación directa sobre productos y servicios

Realizar estudios de mercado y análisis de tendencias

Mejorar la reputación y la lealtad de los clientes



Características

Interacción directa entre usuarios

Comunicación instantánea en tiempo real

Posibilidad de compartir contenido multimedia

Seguir a otros usuarios y páginas de interés

Desafíos

Privacidad y seguridad de datos personales

Gestión adecuada de la reputación online

Diseminación de información falsa o engañosa

Riesgo de adicción y pérdida de tiempo

Ciberacoso y comportamiento inapropiado en línea

Tipos de Redes

Facebook

Instagram

LinkedIn

YouTube

Twitter



Ventajas

Amplio alcance de audiencia a nivel global

Interacción directa y cercana con usuarios

Segmentación precisa para la publicidad

Promoción efectiva de marcas y productos

Acceso inmediato a información en tiempo real

4 · MAPA

Ciberespacio: viaje al mundo de las redes sociales en la empresa

Todas las organizaciones en la actualidad necesitan estar presentes en el mundo de las redes sociales. El ciberespacio posibilita visibilizar nuestra marca y ofrece grandes oportunidades para el marketing de valor y la fidelización. Por ello, hemos de generar contenidos, narrativas y estrategias para diversos canales y plataformas digitales. El dilema no es si estar o no en la Red. La pregunta es para qué, dónde y cómo estar.

TÍTULOS DE ESTA COLECCIÓN:

- 1 · MAPA
Historias: Viaje al storytelling
- 2 · MAPA
Gestión de crisis
- 3 · MAPA
Herramientas y plataformas para crear contenido de valor
- 4 · MAPA
Ciberespacio: Viaje al mundo de las Redes Sociales en la Empresa

“Internet es la primera cosa que la humanidad ha construido y que no entiende, el experimento más grande de anarquía que hemos tenido.”

Eric Schmidt