

Social Media / Redes Sociales / Community Manager

Breve descripción del curso:

Con la materia de Redes Sociales el alumno conocerá las principales redes sociales y su tipología. Además, creará páginas de marca y realizará seguimientos de conversaciones en las principales redes sociales. Se pretende abordar la situación actual de los medios sociales y las herramientas de medición de la reputación online. Además, se profundizará en la relación con los blogueros y la marcas.

Aprenderá:

- Conceptos básicos y tipología: Redes sociales horizontales (Tuenti, Facebook, Twitter), Redes sociales verticales (profesionales, turísticas, etc).
- Dinamización en redes sociales: Creación de páginas de marca y grupos de comunidades. Generación de aplicaciones y búsqueda de fuentes de financiación. Fidelizar Fansumers.
- Posibilidades publicitarias. Seguimiento de las conversaciones del usuario en redes sociales.

-Creatividad en redes sociales. Redes sociales y Comercio Electrónico.

Al terminar la actividad el asistente podrá (descripción de objetivos de la actividad):

Comprender el fenómeno de los medios sociales.
Comprender el desarrollo estrategias de marketing y comunicación en redes sociales.
Identificar y planificar campañas para crear y fidelizar comunidades de usuarios en los nuevos medios sociales.
Dominar técnicas de diseño y edición de blogs, canales 2.0 y páginas en redes sociales.
Comprender el fenómeno de los medios sociales.
Identificar y planificar campañas en soportes 2.0 (blogs, redes sociales, widgets, microblogs, agregadores, widgets, etc.)
Reconocer las características de los blogs como medios de comunicación y soportes publicitarios de una organización.
Dominar técnicas de diseño y edición de blogs, canales 2.0 y páginas en redes sociales

Conocimientos de acceso:

No se requieren.

Conocimientos previos necesarios:

Ninguno

Se requiere titulación universitaria. Excepcionalmente se puede considerar por la Dirección el acceso a profesionales sin titulación universitaria que tengan una experiencia demostrada de más de tres años en un ámbito relacionado con el programa y acrediten requisitos legales para cursar estudios universitarios. Los alumnos matriculados en estas condiciones sólo podrán obtener un certificado de Aprovechamiento por los estudios superados pero no podrán optar a la obtención del Título Propio de postgrado.

Temas a desarrollar:

Tema 1. La comunicación en la era de la hiperconectividad
Tema 2. Marketing en medios sociales
Tema 3. Uso de las principales redes sociales.
Tema 4: SMO: Social Media Optimization
Tema 5. Gestión de campañas en redes sociales: Social Ads. Posibilidades publicitarias y creatividad en redes sociales. Redes sociales y Comercio Electrónico.
Tema 6. Herramientas de productividad en gestión de redes sociales
Temas extra:
Tema 7: La segunda revolución digital: Mobile y omnicanalidad
Tema 8. La tercera revolución digital: Internet of Things y otras tendencias.
Tema 9. ORM (Online Reputation Management): Gestión de la reputación online
Tema 10. Aspectos legales

Metodología didáctica:

Apuntes con ejemplos, ejercicios y casos prácticos.
Clases prácticas impartidas por profesionales expertos en el área.
Evaluación basada en ejercicios y casos + examen tipo test.

Otra Información de interés:

Esta materia puede ser seguida de manera semipresencial, online (plataforma de teledocencia de la UPV) y offline (las clases se quedan grabadas), junto con los apuntes desarrollados bajo la metodología pedagógica denominada Edutainment (formación+entretenimiento).

No hay modalidad única de seguimiento. El alumno elige cómo seguir cada semana las clases.

El alumno puede matricularse en cualquier momento (una vez se dé la fecha de inicio), acabando antes de la fecha límite (31/07/2019), mediante un seguimiento asíncrono.

Condiciones generales

La acción formativa cumple las siguientes condiciones generales: http://www.cfp.upv.es/cond_gen?5

Organizadores:

Responsable de actividad	DIRECTOR ESCUELA POLITÉCNICA SUPERIOR DE ALCOI
Codirector	DAVID JUÁREZ VARÓN
Coordinador	FRANCISCA SEMPERE RIPOLL

Datos básicos:

Dirección web	www.mastermarketingupv.com
Correo electrónico	macom@upv.es
Tipo de curso	MÓDULO DE T.P.
Estado	IMPARTIÉNDOSE
Duración en horas	35 horas presenciales, 25 horas a distancia
Créditos ECTS	6
Información técnica docente	David Juárez Varón Tlf/Fax: 966.528.467 y Móvil: 606.650.109 Lunes-Viernes: 10:00-14:00 Despacho C1DA2 -Edif. Carbonell - Campus Alcoy UPV

Dónde y Cuándo:

Dónde	VALÈNCIA
Horario	MAÑANA Y TARDE
Observaciones al horario	viernes tarde, sábado mañana
Lugar de impartición	Online. Sesiones presenciales voluntarias: VALENCIA Universidad Politécnica de Valencia. Facultad de ADE de la UPV Aula docente: Por determinar. ALCOY Campus de Alcoy Universidad Politécnica de Valencia. Aula docente: Por determinar.
Fecha Inicio	4/05/19

Fecha Fin	23/06/19 La fecha límite para entrega de trabajos, realización de prácticas y otras actividades no lectivas será el 31/03/20
-----------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Datos de matriculación:

Matrícula desde	4/03/19
Inicio de preinscripción	4/03/19
Mínimo de alumnos	1
Máximo de alumnos	100
Precio	600,00 euros
Observaciones al precio	600€ Público en general 360€ Alumni UPV PLUS

Profesorado:

ÁLVAREZ RATEIKE, JORGE
 BAVIERA PUIG, AMPARO
 BAVIERA PUIG, TOMÁS
 CARMONA BENÍTEZ, JAVIER
 FERREIRÓS BENNETT, PABLO
 GÓMEZ PAREJA, ALEJANDRO
 PEDRO LUIS, ROJAS AGUADO
 ROMERO CARRETERO, ISABEL
 TALEGÓN MARTÍN, ALBERTO

Asignaturas del Curso:

Asignatura	Tipo oferta	Nombre del Grupo	Previsto Inicio	Previsto Fin
SOCIAL MEDIA	T	18_19. MDMCE	4/05/19	23/06/19

[O] Optativa [T] Troncal