SOCIAL MEDIA MANAGER: EL PERIODISMO EN LA RED

Datos básicos del Curso	Curso Académico	2016 - 2017
	Nombre del Curso	Social Media Manager: El Periodismo en la Red
	Tipo de Curso	Curso de Formación Continua
	Número de créditos	20,00 horas
Dirección	Unidad organizadora	Departamento de Periodismo II
	Director de los estudios	Dª Rosalba Mancinas Chávez
Requisitos	Requisitos específicos de admisión a los estudios	
	Criterios de selección de alumnos	
Datos de Matriculación	Precio (euros)	100,00 (tasas incluidas)
	Pago fraccionado	No
Impartición	Modalidad	Presencial
	Idioma impartición	Español
	Lugar de impartición	Pabellón de México
Información	Teléfono	954556104
	Web	www.ladecom.es
	Facebook	
	Twitter	
	Email	ladecom@us.es

SOCIAL MEDIA MANAGER: EL PERIODISMO EN LA RED

Objetivos del Curso

El objetivo del curso "El Social Media Manager: el Periodismo en la Red" es preparar a los alumnos, con una metodología completamente práctica, a trabajar como Social Media Manager.

Internet y la Web 2.0 están cambiando la comunicación, numerosas empresas necesitan tener mayor presencia online. Pese a la crisis, los periódicos, radios y televisiones siguen contratando a personal para sus webs. Las empresas necesitan tener a un responsable que identifique a la marca en la Red y sea el intermediario entre ésta y los receptores.

Por ello, el objetivo de este curso es impartir los conocimientos necesarios para poder ser buenos comunicadores online. Poder crear y mantener estrategias que lleven a las empresas a tener un buen posicionamiento online y buena reputación.

Internet pone a disposición del Social Media Manager multitud de posibilidades. Las herramientas indispensables son las redes sociales, tanto verticales como horizontales, y los programas de monitorización de las mismas (como Hootsuite).

Procedimientos de Evaluación

Asistencia

También es necesario optimizar las páginas web y tener conocimientos de redacción online y tratamiento de imagen.

Comisión Académica

Dª. María José Barriga Cano. Institución no universitaria - Periodismo II
D. Ramón Reig García. Universidad de Sevilla - Periodismo II
Dª. Rosalba Mancinas Chávez. Universidad de Sevilla - Periodismo II

Profesorado

Dª. María José Barriga Cano. - Periodismo II
Dª. Rosalba Mancinas Chávez. Universidad de Sevilla - Periodismo II
D. Ramón Reig García. Universidad de Sevilla - Periodismo II

Módulos/Asignaturas del Curso

Módulo/Asignatura 1. Introducción al Social Media y a la Web 2.0. ¿Qué es el Social Media?

Número de horas: 2,50 horas

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: En este módulo se acercará al alumnado al entorno en el que el Social Media se desenvuelve: Internet. Entre los contenidos impartidos estarán las características de la Web 2.0 y acercamientos a la Web Semántica. En este módulo también se definirá la figura del Social Media Manager y su diferenciación con el Community Manager.

Asignaturas del módulo:

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 07/02/2017 - 07/02/2017

Horario: Martes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 2. Redes Sociales: Tipos, Características y Estrategias. Gestión de Redes y Hootsuite

Número de horas: 2,50 horas

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: En este módulo se distinguían entre todas las redes sociales disponibles y sus utilidades según funciones, públicos y temáticas. ¿Qué red social utilizar en cada supuesto? ¿Cómo se puede hacer un uso responsable y profesional de las redes sociales?

En este módulo también se estudiarán los pros y contras de la monitorización de las redes sociales con herramientas como Hootsuite.

Asignaturas del módulo:

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 07/02/2017 - 09/02/2017

Horario: Jueves
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 3. Creación de un Blog. Redacción Online y Tratamiento de Imagen

Número de horas: 2,50 horas

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: En este módulo se profundiza en la redacción online. Para ello, es necesario que el Social Media tenga conocimientos de creación, diseño y redacción en blogs. También debe manejar el tratamiento digital de la imagen, programas como Photoshop o Gimp.

Asignaturas del módulo:

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 09/02/2017 - 14/02/2017

Horario: Jueves
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 4. Diferencias entre Marketing Online y Offline

Número de horas: 2,50 horas

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: En el cuarto módulo, una vez conocidas las herramientas necesarias para el trabajo del Social Media, se abarcará el marketing online y offline. Ambos diferentes pero igual de necesarios en cualquier campaña de comunicación.

Asignaturas del módulo:

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 14/02/2017 - 16/02/2017

Horario: Martes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 5. Estrategia de Mk Online: Balance Scorecard

Número de horas: 2,50 horas

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: En el módulo "Estrategia de Mk Online: Balance Scorecard" se abarcará las iniciativas de mk en internet de principio a fin. Se definirá en clase qué es un Balance Scorecard y los alumnos finalizarán el módulo sabiendo las claves para realizarlo.

Asignaturas del módulo:

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 16/02/2017 - 16/02/2017

Horario: Jueves
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 6. Posicionamiento Web: Estrategias SEO y SEM. Google Adwords

Número de horas: 2,50 horas

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: En este módulo se descifrarán las estrategias de posicionamiento SEO y SEM, ofreciendo a los alumnos las herramientas necesarias para distinguirlas y que sepan hacer un uso profesional de las mismas.

Asignaturas del módulo:

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 16/02/2017 - 21/02/2017

Horario: Jueves
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 7. Reputación Online

Número de horas: 2,50 horas

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: Un buen comunicador online se va a diferenciar siempre de cualquier vendedor a la hora de mantener la reputación online de una marca en Internet. Esto es así porque no hay que olvidar que el objetivo principal del Social Media no ha de ser vender, sino crear una buena imagen en la red, conseguir peso y popularidad y buena comunicación entre la marca y los usuarios. En este módulo se darán las claves para la consecución de estos objetivos.

Asignaturas del módulo:

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 21/02/2017 - 21/02/2017

Horario: Jueves
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 8. Casos Prácticos. Fomenta tu Creatividad. Creación y Gestión de Campañas de Marketing Online

Número de horas: 2,50 horas

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: En este último módulo práctico los alumnos funcionarán en grupos para crear su primera campaña de proyecto, un Balance Scorecard, etc. Además, se les plantearán diversos inconvenientes de imagen que tendrán que solventar para mantener su reputación online.

En este módulo, los alumnos tendrán que poner en práctica todos los conocimientos que han adquirido durante el curso.

Asignaturas del módulo:

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 23/02/2017 - 23/02/2017

Horario: Jueves
En horario de tarde