

“Community Manager. El profesional del Social Media” (3ª Edición - 2016)

Tipo de Actividad: Cultural

Centro: Facultad de Comunicación y Documentación

Web de la actividad: <http://fcd.ugr.es/>

Organiza: Universidad de Granada. Vicerrectorado de Docencia. Facultad de Comunicación y Documentación. Departamento de Información y Comunicación. Grupo de Investigación “Cibercultura, Procesos Comunicativos y Medios Audiovisuales” (SEJ 508)

Email: emrodrigo@ugr.es // communitymanager.fcd@gmail.com

Directora: Dra. Estrella Martínez Rodrigo

Coordinadores: Dr. Francisco Javier Gómez Pérez y D^a. Ana Isabel Ruiz Delgado

Fecha de inicio y fecha fin: 18 de febrero a 17 de marzo de 2016

Número de horas: 50 horas (20 horas presenciales + 30 horas de trabajo individual)

Créditos ECTS concedidos: 2

Las redes sociales son medios de comunicación que usamos diariamente, y además, su uso se ha extendido tanto que se han creado redes especialistas en diversas temáticas como fotografías, música, etc.

A pesar de que todo el mundo utiliza estas herramientas digitales, poco se conoce acerca de la figura y las funciones del *community manager*. Pretende acercar a los estudiantes de la Universidad de Granada esta figura para poder analizar su función dentro del mundo digital, ya que al ser un tema tan novedoso, todavía no existe ningún tipo de titulación, de carácter oficial, en la institución.

Para esta nueva etapa se va a contar con un equipo docente compuesto por investigadores y profesionales del sector para ofrecer una visión completa, objetiva y de calidad sobre el tema.

“Community Manager. El profesional del Social Media” (3ª edición) se ha diseñado con una **carga docente de 50 horas (20 horas presenciales + 30 horas de trabajo individual)**. El alumnado deberá acudir a 5 sesiones presenciales de 4 horas donde profesores y ponentes relevantes desarrollarán los contenidos y marcarán las pautas a seguir en los trabajos que los asistentes han de desarrollar individualmente en el horario no presencial. Estas 5 jornadas se impartirán los jueves en horario de 16:00 a 20:00 horas, desde el 18 de febrero al 17 de marzo de 2016, en el Salón de Actos de la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Granada.

A lo largo de todo este mes, el alumnado podrá resolver dudas y ser asesorado por el profesorado y la coordinación durante el transcurso de las sesiones, o bien, fuera del horario a través de consultas virtuales. Estas consultas se atenderán a través de correo electrónico o a través del perfil oficial creado para la ocasión en *Twitter* (@comma_fcd).

Como ya se ha indicado, la metodología de trabajo será una perfecta combinación de teoría y práctica. Cada módulo contará con una sesión en la que un experto en la materia planteará los contenidos necesarios para que el alumno pueda desarrollar una actividad práctica a lo largo de la semana que será supervisada y tutorizada por la coordinación del curso. Por tanto, tras las horas lectivas el alumnado deberá trabajar los conocimientos adquiridos en las horas correspondientes de trabajo individual.

PROGRAMA

Community Manager. El profesional del Social Media (3ª edición - 2016)

MÓDULO I: La comunicación en Redes Sociales (18/02/2016)

PONENTE: Marco Rocha (Comunicación. Real Federación Española de Fútbol)

- La imagen del *community manager* y estrategia laboral.
- Perfil institucional vs perfil profesional. (cómo se relacionan ambos).
- Manual de estilo del *community manager* en las diferentes redes.
- Caso práctico.

MÓDULO II: Estilos publicitarios en redes sociales (25/02/2016)

PONENTE: Jesús Castillo (Efecto TV)

- ¿Qué es y que no es una red social?
- Preparando una campaña en redes sociales.
- La Campaña.
- Otras plataformas a tener en cuenta y que benefician a la campaña RRSS.
- *Google Adwords*.
- Caso práctico.

MÓDULO III: Videojuegos y cine en las redes (03/03/2016)

PONENTE: José Enrique Cabrero (Ideal)

- Vídeo y videojuegos como nueva forma de comunicación.
- La comunicación del cine en las redes sociales.
- La comunicación de los videojuegos en las redes sociales.
- Caso práctico.

MÓDULO IV: Nuevos retos y emprendimiento en las redes sociales (10/03/2016)

PONENTE: Rayko Lorenzo (Dir. De Comunicación, Márketing y Formación)

- Marca personal 2.0.
- ¿Se puede vender en redes sociales?
- El futuro de las redes sociales.
- Caso práctico.

MÓDULO V: Documentación y herramientas (17/03/2016)

PONENTE: Francisco Torres (Grupo Secuoya)

- Evolución del contenido digital: Del click, a la explotación del perímetro.
- La nueva columna vertebral del contenido.
- La rentabilidad: De las marcas 'alrededor' del contenido, a las marcas que 'son' el contenido, pasando por las marcas 'dentro' del contenido.
- Caso práctico.

SESIONES PRÁCTICAS EN CADA MÓDULO: Anabel Ruiz Delgado

PLAZO, HORARIO Y LUGAR DE INSCRIPCIÓN: Del 1 al 5 de febrero de 2016

Lunes 1 de febrero:

Despacho R: de 10:00 a 14:00

Despacho F: de 16:00 a 19:00

Martes 2 de febrero:

Despacho F: de 10:00 a 14:00 y de 16:00 a 19:00

Miércoles 3 de febrero:

Despacho R: de 10:00 a 14:00

Jueves 4 de febrero:

Despacho F: de 10:00 a 14:00

Viernes 5 de febrero:

Despacho F: de 10:00 a 14:00

CONTROL DE ASISTENCIA:

En cada una de las 5 sesiones presenciales se realizará un control de firma personal al menos al comienzo y final de la actividad, con la debida presentación del documento que acredite la identidad del firmante. Asimismo se exigirá la entrega de las prácticas individuales en el plazo y forma que se articulará durante la sesión presencial. Para la obtención de certificación positiva, el alumno deberá cubrir al menos **el 80% de la asistencia presencial** y de la entrega de los trabajos evaluables. Cubierto dicho requisito se podrá obtener el reconocimiento de los créditos correspondientes.

MÉTODO DE EVALUACIÓN:

“Community Manager. El profesional del Social Media” (3ª edición) evaluará principalmente los trabajos individuales entregados por los alumnos siguiendo las indicaciones que en cada sesión presencial se les marcarán, así como por la asistencia participativa a las sesiones presenciales. Por tanto:

- Por medio de prácticas escritas se evaluarán los conocimientos y habilidades adquiridas.
- El profesor encargado de cada módulo indicará las actividades a realizar teniendo en cuenta las horas de trabajo individual asignadas.
- Cada alumno deberá entregar las prácticas indicadas en cada módulo, que evaluará la coordinación.
- Además se tendrá en cuenta la participación de cada alumno en los debates creados en Twitter, a lo largo de las sesiones presenciales y en los días previos y posteriores.