

## **"Community Manager. El profesional del Social Media"** (4ª Edición - 2017)

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

**DIRIGIDO A:** Alumnado matriculado en la Universidad de Granada

**LUGAR:** Facultad de Comunicación y Documentación. Salón de Actos.

**FECHAS:** jueves del 2 al 30 de marzo de 2017, de 16.00 a 20.00 h.

**NÚMERO DE HORAS:** 50 horas (20 horas presenciales + 30 horas de trabajo individual)

**RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS:** El Vicerrectorado de Docencia ha reconocido **2 créditos ECTS** a todos los participantes en este curso siempre y cuando hayan superado satisfactoriamente el procedimiento evaluador del curso: asistencia al 80% de las horas presenciales y entrega de las actividades indicadas.

**EMAIL:** [emrodrigo@ugr.es](mailto:emrodrigo@ugr.es) // [communitymanager.fcd@gmail.com](mailto:communitymanager.fcd@gmail.com)

**TWITTER:** @comma\_fcd

**INSCRIPCIÓN:** Enviar la "Hoja de inscripción" publicada en la web de [fcd.ugr.es](http://fcd.ugr.es) o en [@comma\\_fcd](https://twitter.com/comma_fcd) a [communitymanager.fcd@gmail.com](mailto:communitymanager.fcd@gmail.com) o entregar en los despachos "R" o "E" Abonar la cuota de 10 €.

**NÚMERO DE PLAZAS:** 70

**Es necesario acudir con ordenador personal**

**Directora:** Dra. Estrella Martínez Rodrigo

**Coordinadores:** Dr. Juan Ángel Jódar Marín y D. Antonio Leiva Burgos

**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)

## PROGRAMA

### **MÓDULO I: Pasión y emoción en redes sociales** (02/03/2017)

**PONENTE: Ildo Cortés (CM de la Selección española de fútbol y de la RFEF).**

- Nuevas formas de comunicación
- La brecha digital
- ¿Hacia dónde vamos?

### **MÓDULO III: Publicidad, *branded content* y *social media*** (09/03/2017)

**PONENTES: Isabel Vázquez y José Manuel Almagro (Limón P&C)**

- Marketing de contenidos (Isabel Vázquez, *Social Media Manager*)
- Estrategias de interacción: cómo las marcas conectan con la audiencia (Isabel Vázquez, *Social Media Manager*)
- Publicidad digital: medios, campañas y acciones publicitarias en la red. (José Manuel Almagro. Dtor. Ejecutivo)

### **MÓDULO III: Videos, viralidades, Playground** (16/03/2017)

**PONENTE: José Enrique Cabrero (Editor jefe. Vocento)**

- ¿Qué hay en Internet? Las redes, las historias transmedia y todas las cosas
- La realidad viral toma las redes sociales: casos reales (como el de la fusión hospitalaria) que nacen del poder de las redes
- La ruta del vídeo: vídeo locutado - *Playground* - *Facebook Live*

### **MÓDULO II: Del *Hype* al *Click Baiting*** (23/03/2017)

**PONENTE: Carlos Balboa y Diego Callejón (SEO, Analítica y redes. Ideal)**

- 1. ¿Qué es el *click-baiting*? Expansión. forma y contenido en el que los emplean los medios. ¿Quién le saca rendimiento? ¿Es válido en todos los casos?
- 2. De las 5W al periodismo *new media*: cómo ha moldeado el *click-baiting* la estructura y contenido de la información, hasta el punto de hacerlo común en todos los medios.
- 3. Posibles problemas derivados del *click-baiting*: ¿Sensacionalismo? ¿Falta de rigor? ¿Adiós al contraste de informaciones por la prioridad de ser el primero? Ejemplos de los atentados de París.

- 4. ¿Cómo recibe la audiencia este tipo de tácticas? Tanto en aceptación/rechazo como en generación viral y popularidad del medio y capacidad de diferenciarlos
- 5. El poder de las redes sociales en esta estrategia.
- 6. Práctica. Transformar en una noticia 'clásica' hacia un estilo *click-baiting*. Medición de audiencia y valoración entre el público.

**MÓDULO V: Transmedia: trabajo y negocio** (30/03/2017)

**PONENTE: Francisco Torres (Grupo Secuoya-A3 Media)**

- ‘Viajeras Con B’ (*The Travel Brand*): turismo, social media y televisión.
- Experiencia digital del lanzamiento de un canal en la TDT
- Nuevas experiencias transmedia TV

**SESIONES PRÁCTICAS EN CADA MÓDULO: Ana Isabel Ruiz**

---

**PLAN DE ACTIVIDAD, CONTROL DE ASISTENCIA Y MÉTODO DE EVALUACIÓN**

“**Community Manager. El profesional del Social Media**” (4ª edición) se ha diseñado durante 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 presencial y no presencial.

A lo largo de todo el mes de marzo, 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 del curso a través de consultas virtuales. Estas consultas se atenderán a través de correo electrónico ([communitymanager.fcd@gmail.com](mailto:communitymanager.fcd@gmail.com)) o a través del perfil oficial de la actividad en *Twitter* (@comma\_fcd), que se viene utilizando en las ediciones anteriores.

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 estudiante pueda desarrollar una actividad práctica durante la sesión, y después a lo largo de la semana, que será supervisada y tutorizada por la coordinación del curso. Por tanto, tras las horas presenciales, el alumnado deberá trabajar los conocimientos adquiridos en las horas correspondientes de trabajo individual.

### **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 de la realización de la actividad, el estudiante 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:**

En “**Community Manager. El profesional del Social Media**” (4ª edición) se evaluarán principalmente los trabajos individuales entregados por los estudiantes 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 ponente encargado de cada módulo indicará las actividades a realizar teniendo en cuenta las horas de trabajo individual asignadas.

Cada estudiante deberá entregar las prácticas indicadas en cada módulo, que evaluará la coordinación de la actividad.

Además se tendrá en cuenta la participación de cada estudiante en los **debates creados en Twitter**, a lo largo de las sesiones presenciales y en los días previos y posteriores.