



RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS POR ACTIVIDADES UNIVERSITARIAS

- CULTURALES
- DEPORTIVAS
- DE REPRESENTACIÓN ESTUDIANTIL
- SOLIDARIAS Y DE COOPERACION

Renovación

Sí

SUBTIPO

Competencia relacionada con las TIC

CENTRO, SERVICIO U ÓRGANO PROPONENTE

Facultad de Comunicación y Documentación

TÍTULO DE LA ACTIVIDAD

Community Manager, el profesional del Social Media

WEB DE LA ACTIVIDAD (en su caso)

fcd.ugr.es

ORGANIZA

Estrella Martínez Rodrigo

DIRECTOR/A

(que certificará la asistencia y participación en la actividad)

Estrella Martínez Rodrigo

FECHA DE REALIZACIÓN

del 21-11-2013 al 20-12-2013

Nº DE HORAS

25

CREDITOS SOLICITADOS

1

CREDITOS CONCEDIDOS

1

JUSTIFICACION Y MEMORIA EXPLICATIVA (extensión máxima: 1.500 caracteres sin espacios)

La normalización de Internet ha cambiado nuestros hábitos de vida en múltiples sentidos, hasta tal punto, que ya no concebimos el día a día sin él.

El hecho de que los usuarios sean los primeros en valorar las marcas a través de las herramientas de la web 2.0 ha llevado a las empresas a controlar estos flujos informativos a través de una nueva figura profesional: el Community Manager.

Los motivos que justifican la solicitud de esta actividad universitaria son los siguientes:

- Se trata de un trabajo con herramientas que el alumnado conoce y maneja a diario, pero a las que puede sacar mayor rendimiento y aplicación profesional.
- La temática es emergente y novedosa.
- Contiene una formación exigida para cualquier desempeño profesional, por lo que interesa a estudiantes de todos los Grados ofertados por la UGR.

- Dado su carácter principalmente práctico, está dirigida a un modelo de alumno considerado “activo”.
- Fomenta el trabajo colaborativo, ya que se desarrollarán ejercicios en grupo, y basado en acontecimientos reales y de actualidad en el momento en que se imparta la actividad.
- Capacita al estudiante para ocupar nuevos nichos de trabajo y adquirir competencias y habilidades transversales, propias del E.E.E.S., tales como: uso de las TICs, búsqueda, gestión y selección de la información, toma de decisiones, desarrollo de capacidades creativa, de síntesis, de atención, y de análisis crítico, trabajo colaborativo, así como promoción de la socialización y motivación por materias desconocidas.
- Familiariza al alumno con una terminología específica y unos principios éticos aplicables a una actividad con grandes riesgos jurídicos.
- Acostumbra al universitario a cuidar su expresión y ortografía y a trabajar con diferentes formatos (audio, vídeo, fotografía, texto, emoticonos...).
- Ofrece un panorama muy positivo de posible ocupación profesional a corto-medio plazo, especialmente adecuado al alumnado de Comunicación y de Documentación.

PLAN DE LA ACTIVIDAD, PROGRAMA, CONTROL DE ASISTENCIA, MÉTODO DE EVALUACIÓN, EN SU CASO (extensión máxima: 3.500 caracteres sin espacios)

1. Plan

El curso se desarrollará entre el 21 de noviembre de 2013 y el 21 de diciembre de 2013, y se impartirá todos los jueves y viernes (excepto 5 y 6 de diciembre, por ser festivo), en horario de 16:30 a 20:30 horas, en la Facultad de Comunicación y Documentación.

En todo momento, el alumnado podrá resolver dudas y ser asesorado por el profesorado. Fuera del horario del curso, las consultas se atenderán a través de correo electrónico.

Las clases combinarán 2 horas de teoría y 2 de práctica. Además, cada módulo contará con la presencia un día de un experto en la materia.

2. Programa

I Módulo 1. Introducción. La Web 2.0.

- 1.1 Un nuevo modelo de comunicación. La comunicación sintética en red y el usuario hiperconectado.
- 1.2 El desarrollo de los medios sociales.
- 1.3 Características de los medios sociales.
- 1.4 Internet como canal de Marketing. Herramientas y estrategias para desarrollar y difundir campañas.

II Módulo 2. Creación y gestión de contenidos en medios sociales

- 2.1 Tipos de medios sociales (foros, blogs, redes sociales, microblogging y otros (vídeo y fotografía social, plataformas multimedia, geolocalización, curación de contenido...)).
- 2.2 Elección del medio social.
- 2.3 Plan de Social Media:
 - 2.3.1 Investigación
 - 2.3.2 Planificación
 - 2.3.3 Implementación
 - 2.3.4 Monitorización

III Módulo 3. La figura del Community Manager.

3.1 Definición.

3.2 Perfiles.

3.3 Cometidos.

3.4 Gestión de la reputación online y crisis de comunicación.

3.5 Cómo escribir para la red.

Al final de cada módulo, el alumno deberá de hacer un ejercicio práctico sobre la materia sobre la que se haya trabajado en el mismo.

En el primer caso, deberá de elaborar un informe crítico sobre los medios sociales elaborar un análisis crítico DOBLE, en base a los conocimientos teóricos aprendidos. Por un lado, de un perfil en una red social (personal, empresarial...) y, por otro, de las estrategias aplicadas por una empresa para la difusión de una campaña publicitaria.

Para superar el segundo módulo, el alumno deberá de plantear un Plan de Social Media (de una empresa real o inventada) y un informe de monitorización de perfiles (podría ser de los suyos propios).

Por último, la tercera práctica (correspondiente al tercer módulo) consistirá en la creación de una noticia y su gestión en diferentes medios sociales, todo ello acompañado de una memoria descriptiva y crítica. Además, de cada módulo se abrirá un debate en Twitter entre el profesorado y el alumnado del curso.

3. Control de asistencia

La asistencia se controlará a diario, tanto al inicio como al final. Cada alumno tendrá que rellenar con su nombre y apellidos, DNI y firma un documento que repartirá el profesorado..

4. Método de evaluación

Para obtener el reconocimiento académico en créditos, habrán de cumplirse los siguientes requisitos:

- haber asistido, al menos, al 80% de las sesiones
- haber participado en los debates de Twitter sobre cada módulo
- haber entregado todos los trabajos finales de cada módulo

En caso de que el curso pudiera ser evaluado numéricamente, la nota final obtenida por el alumno será el resultado de:

- Trabajos finales de cada módulo (50%)
- Debates en Twitter sobre cada módulo (30%)
- Asistencia (20%)

Tanto los ejercicios finales como los debates en Twitter se desarrollarán fuera del horario de clase y serán evaluados, dinamizados y tutorizados por el profesor encargado de impartir cada módulo.

OBSERVACIONES