



RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS POR ACTIVIDADES UNIVERSITARIAS

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

Renovación

No

SUBTIPO

Competencia relacionada con las TIC

CENTRO, SERVICIO U ÓRGANO PROPONENTE

Fundación General Universidad de Granada-Empresa

TÍTULO DE LA ACTIVIDAD

Social Media: curso intensivo de cómo usar y aprovechar profesionalmente la web 2.0. II Edición

WEB DE LA ACTIVIDAD (en su caso)

www.fundaciongeneralugr.es

ORGANIZA

Fundación General Universidad de Granada-Empresa

DIRECTOR/A

(que certificará la asistencia y participación en la actividad)

Juan Julián Merelo Guervós. Catedrático del área de Arquitectura y Tecnología de Computadores de la UGR, así como director de la Oficina de Software Libre de la misma.

FECHA DE REALIZACIÓN

del 07-07-2014 al 25-07-2014

Nº DE HORAS

213

CREDITOS SOLICITADOS

9

CREDITOS CONCEDIDOS

9

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

Tanto por la existencia de la universidad más antigua y de mayor tamaño de Andalucía como por el diario Ideal y otros medios de comunicación, así como las jornadas decanas de España de blogs y medios de comunicación, Granada es una referencia en los medios sociales. Por eso, las dos instituciones se unen para ofrecer este curso que pretende formar a profesionales de los medios de comunicación, estudiantes y a personas relacionadas con la comunicación en Internet tanto desde el ángulo periodístico como desde el ángulo tecnológico.

La viabilidad del proyecto está avalada tanto por la calidad de los contenidos y personal elegido para impartirlos como por el apoyo del diario Ideal en la difusión y en el apoyo con prácticas profesionales a los que estudien este curso, así como por las ediciones realizadas hasta el momento tando del curso “padre” como de la edición veraniega que esta repite. En ambos casos se han cubierto plazas y el alumnado, en general, ha estado bastante satisfecho y ha encontrado trabajo con relativa rapidez.

Esta propuesta es una versión reducida e intensiva del curso del que se han impartido ya dos ediciones y una

edición más en verano de 2013. En ella se han tomado en cuenta las lecciones aprendidas en la impartición de los mismos conservando el mismo profesorado.

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

El alumno sabrá:

- Los conceptos relacionados con la web 2.0
- Conceptos principales de la red y la optimización de la presencia.
- Relaciones de las instituciones, organismos y empresas con medios sociales.
- Los medios técnicos en los que se apoyan las redes sociales.
- El marco jurídico de las mismas.
- Identificar los casos de éxito más cercanos.

El alumno será capaz de:

- Definir su presencia en Internet y planificar la misma para una empresa o medio.
- Plantear objetivos de audiencia en Internet, conocerla y medirla.
- Usar los diferentes medios sociales en Internet para sus objetivos respectivos.

Programa:

Introducción al curso

¿Qué es la Web 2.0 y por qué debemos estudiarla?

La identidad digital y el talento

Marco jurídico

Redes Audiovisuales

Microblogging, Twitter y Tiempo Real

Plan de comunicación

Periodismo de Datos

Ideal : Redes Sociales

Analítica Web

Ideal: Tema 8: SEOS, SEM y SMO

Construcción de un Plan de Comunicación 2.0 y conversiones

Salidas profesionales del Social Media

Ideal Sesión final: Cierre del curso. Situación de los Medios Sociales.

Márketing móvil

Clases prácticas en Ideal

- Actividades académicas específicas a desarrollar por el alumno en la acción formativa:

Participación activa en clase, realizando las actividades propuestas en la misma

Realización de las acciones dirigidas a medios sociales especificadas por el profesorado

Creación de un plan de comunicación para una empresa real o ficticia propuesta en las clases prácticas

Evaluación del alumno:

Informes de los tutores de prácticas (30%); nota del proyecto final (60%) y participación en clase y en el soporte online (foros) (10%)

Destinatarios:

Licenciados en Periodismo y Comunicación que quieran capacitarse profesionalmente en los medios sociales.

Licenciados en carreras de Humanidades que quieran introducirse en este tipo de medios.

Licenciados en carreras técnicas y científicas que quieran trabajar en divulgación, medios de comunicación, trabajar como técnicos en tales tipos de medios o crear productos para los mismos.
Estudiantes de cualquier carrera, científica, técnica o de humanidades.
Profesionales que quieran aprender las destrezas de la Web 2.0 para aplicarlas a la educación el marketing, la publicidad y la empresariales

OBSERVACIONES
