

Objectius

- Diferenciar entre web 2.0 i construcció de marca 2.0.
- Conèixer les característiques, perfil i tipus de xarxes socials.
- Distingir entre xarxes socials generalistes, professionals, *microblogging* i de continguts.
- Estudiar les xarxes socials de continguts: Youtube i Instagram.
- Conèixer les característiques, tipologia, formats, tipus d'entrades i l'estructura d'una publicació en un bloc.
- Diferenciar entre els dos gestors de blocs més utilitzats: Blogger i WordPress.
- Identificar les dues modalitats de fòrums (en línia i fora de línia) i els seus avantatges i desavantatges associats.
- Diferenciar entre el gestor de mitjans socials i el gestor de comunitat.
- Evitar cometre les errades a les quals poden induir els mitjans socials.
- Conèixer el codi deontològic dels professionals de mitjans socials.
- Estudiar les eines del gestor de comunitat.
- Conèixer el significat del Pla de Mitjans Socials (PMS).
- Diferenciar entre les quatre fases del PMS: anàlisi, planificació, implementació i monitorització.

A qui s'adreça?

Aquest curs s'adreça a persones interessades a adquirir coneixements sobre l'ús i la gestió de les xarxes socials, la seva classificació, públic i tipologia.

Requisits

Es recomana tenir coneixements bàsics d'informàtica i ús de navegadors web (nivell d'usuari).

Unitats temàtiques

Unitat 1. Xarxes socials.

1. Introducció a les xarxes socials.
2. Web 2.0.
3. Construcció de marca 2.0.
4. Característiques de les xarxes socials.
5. El perfil d'usuari de xarxes socials.
6. Tipologia de xarxes socials.
 - 6.1. Xarxes socials generalistes: Facebook.
 - 6.2. Xarxes socials professionals: LinkedIn.
 - 6.3. Xarxes socials *microblogging*: Twitter.
 - 6.4. Xarxes socials de continguts: Youtube i Instagram.
 - 6.4.1. Youtube.

6.4.2. Instagram.

Unitat 2. Blocs i fòrums

1. Blocs.
 - 1.1. Característiques.
 - 1.2. Tipologia dels blocs.
 - 1.3. Formats.
 - 1.4. Tipus d'entrades.
 - 1.5. Estructura d'un post.
 - 1.6. Característiques de la redacció 2.0.
 - 1.7. Gestió de blocs: conceptes bàsics.
 - 1.8. CMS: Blogger contra WordPress.
 - 1.8.1. Blogger.
 - 1.8.2. WordPress.
 - 1.8.3. Anàlisi dels resultats.
 - 1.8.4. La millor opció: Blogger o WordPress?
2. Fòrums.
 - 2.1. Moderació i administració d'un fòrum virtual.

Unitat 3. Gestor de mitjans socials contra gestor de comunitat.

1. Gestor de mitjans socials.
2. Gestor de comunitat.
3. Errades que cal evitar als mitjans socials.
4. Codi deontològic dels professionals de mitjans socials.
5. Eines del gestor de comunitat.

Unitat 4. Pla de Mitjans Socials.

1. Pla de Mitjans Socials.
 - 1.1. Fase d'anàlisi.
 - 1.2. Fase de planificació.
 - 1.3. Fase d'implementació.
 - 1.4. Fase d'anàlisi i monitorització.
 - 1.5. Gestió de crisis a les xarxes socials.

Objetivos

- Diferenciar entre web 2.0 y Branding 2.0.
- Conocer las características, perfiles y tipos de redes sociales.
- Distinguir entre las RRSS generalistas, profesionales, microblogging y de contenidos.
- Estudiar las RRSS de contenidos: Youtube e Instagram.
- Conocer las características, tipología, formatos, tipos de entradas y su estructura de un post en un blog.
- Diferenciar entre los dos gestores de blogs más utilizados: Blogger y WordPress.
- Identificar las dos modalidades de foros online y offline, y sus ventajas y desventajas asociadas.
- Diferenciar entre Social Media Manager y Community Manager.
- Evitar caer en los errores que pueden producir los medios sociales.
- Conocer el código deontológico del profesional del Social Media.
- Estudiar las herramientas del Community Manager.
- Conocer el significado del Plan Social Media (PSM).
- Identificar los diferentes planes que confluyen en el PSM.
- Diferenciar entre las cuatro fases del PSM: Análisis, Planificación, Implementación y Monitorización.

¿A quién va dirigido?

Este curso va dirigido a personas interesadas en adquirir conocimientos sobre el uso y la gestión de las redes sociales, su clasificación, público y tipología.

Requisitos

Se recomienda disponer de conocimientos básicos de informática y uso de navegadores web (nivel usuario).

Unidades temáticas

Unidad 1. Redes sociales.

1. Introducción a las redes sociales.
2. Web 2.0.
3. Branding 2.0: Construyendo marcas.
4. Características de las RRSS.
5. El perfil del usuario de RRSS.
6. Tipología de RRSS.
 - 6.1. RRSS Generalistas: Facebook.
 - 6.2. RRSS Profesionales: LinkedIn.
 - 6.3. RRSS Microblogging: Twitter.
 - 6.4. RRSS de Contenidos: Youtube e Instagram.

- 6.4.1. Youtube.
- 6.4.2. Instagram.

Unidad 2. Blogs y foros.

- 1. Blogs.
 - 1.1. Características.
 - 1.2. Tipología de los blogs.
 - 1.3. Formatos.
 - 1.4. Tipos de entradas.
 - 1.5. Estructura de un post.
 - 1.6. Características de la redacción 2.0.
 - 1.7. Gestión de blogs: conceptos básicos.
 - 1.8. CMS: Blogger vs. WordPress.
 - 1.8.1. Blogger.
 - 1.8.2. WordPress.
 - 1.8.3. Análisis de los resultados.
 - 1.8.4. La mejor opción: Blogger o wordpress.
- 2. Foros.
 - 2.1. Moderación y administración de un foro virtual.

Unidad 3. Social Media Manager VS Community manager.

- 1. Social Media Manager.
- 2. Community Manager.
- 3. Errores a evitar en medios sociales.
- 4. Código Deontológico del profesional del Social Media.
- 5. Herramientas del Community Manager.

Unidad 4. Social Media Plan.

- 1. Social Media Plan.
 - 1.1. Fase de Análisis.
 - 1.2. Fase de Planificación.
 - 1.3. Fase de Implementación
 - 1.4. Fase de Análisis y Monitorización.
 - 1.5. Gestión de crisis en RRSS.