Cursos de postgrado

30 créditos

Curso académico 2016-2017

Community Manager: Redes Sociales, Marketing Social

del 16 de enero al 30 de junio de 2017

DIPLOMA DE EXPERTO UNIVERSITARIO

Características: material impreso, material multimedia, curso virtual y guía didáctica.

Departamento

Trabajo Social

Facultad de Derecho

PROGRAMA DE POSTGRADO
Máster, Diploma de Especialización, Diploma de Experto y Certificado de Formación del Profesorado.
Curso 2016/2017

El Programa de Postgrado acoge los cursos que dan derecho a la obtención de un Título Propio otorgado por la UNED. Cada curso se impartirá en uno de los siguientes niveles: Máster, Diploma de Especialización, Diploma de Experto y Certificado de Formación del Profesorado.

Requisitos de acceso:

Estar en posesión de un título de grado, licenciado, diplomado, ingeniero técnico o arquitecto técnico. El director del curso podrá proponer que se establezcan requisitos adicionales de formación previa específica en algunas disciplinas.

Asimismo, de forma excepcional y previo informe favorable del director del curso, el Rectorado podrá eximir del requisito previo de la titulación en los cursos conducentes al Diploma de Experto Universitario. Los estudiantes deberán presentar un curriculum vitae de experiencias profesionales que avalen su capacidad para poder seguir el curso con aprovechamiento y disponer de acceso a la universidad según la normativa vigente.

El estudiante que desee matricularse en algún curso del Programa de Postgrado sin reunir los requisitos de acceso podrá hacerlo aunque, en el supuesto de superarlo, no tendrá derecho al Título propio, sino a un Certificado de aprovechamiento.

Destinatarios

Conocimientos mínimos de informática y redes sociales

1. Presentación y objetivos

Un Community Manager es la persona encargada de construir, gestionar, moderar y desarrollar comunidades en torno a una marca en Internet, haciendo uso de los nuevos canales de comunicación a través de herramientas sociales.

En este curso se explican las labores que debe desempeñar esta figura, se obtendrá una visión profunda de todas las redes sociales y se aprenderá a generar una estrategia acorde a los objetivos de una empresa, ejecutarla, mantenerla y medir sus resultados.

Otra Información

Será responsabilidad exclusiva del Equipo Docente la información facilitada en la siguiente relación de hipervínculos. En caso de detectarse alguna contradicción, prevalecerá la oferta formativa aprobada por el Consejo de Gobierno para cada convocatoria, así como del Reglamento de Formación Permanente y del resto de la legislación Universitaria vigente.

Más Información

2. Contenido

1. Introducción al Marketing Online:

-Terminología básica del Marketing Online

-Internet como Canal de Marketing

-Fundamentos de Campañas de Marketing Online

2. Medios Sociales

-Introducción a la Web 2.0

-Foros, wikis y blogs

-Redes Sociales Generalistas: Facebook, Tuenti

-Redes Sociales Profesionales: LinkedIn

-Microblogging: Twitter, Tumblr, Yammer

-Marcadores Sociales: Menéame, Delicious, Bitácora

-Medios Sociales Multimedia : MySpace, Spotify, YouTube

-Geolocalización: Foursquare, Gowalla

-Nuevas plataformas y redes sociales verticales: Google +, Instagram, Pinterest y otras.

-Juego Social y Aplicaciones Mobile

3. El Community Manager

-La figura del Community Manager

-El Plan de Social Media en la Empresa

-IOR e Informes de Impacto

4. Redes Sociales y Trabajo Social

3. Metodología y actividades

La totalidad del curso puede seguirse mediante el modelo de enseñanza a distancia garantizado, desde el punto de vista pedagógico, por la experiencia de la UNED. Este sistema permite compatibilizar el trabajo y el resto de responsabilidades del alumno con el estudio y obtención del título. Así mismo evita viajes en las grandes ciudades y permite ser seguido en cualquier ámbito de población por alumnos que residan en municipios alejados de los centros educativos universitarios.

Se enviará a cada alumno un material específicamente editado para este curso y para la enseñanza a distancia. El alumno deberá estudiar las unidades didácticas que componen dicho material para poder realizar las pruebas teóricas y prácticas de evaluación.

El material didáctico se compone de varios módulos. Cada módulo estará apoyado por material adicional que se colgará en la plataforma virtual del curso y que servirán de apoyo a los materiales principales del curso.

Existirán tutorías telefónicas a disposición del alumno, pero sobre todo las consultas se llevarán a cabo a través de los foros de dudas específicamente diseñados para albergar todas las consultas del alumnado.

El curso se considerará aprobado una vez se superen las evaluaciones con éxito.

4. Material didáctico para el seguimiento del curso

4.1 Material obligatorio

4.1.1 Material en Plataforma Virtual

Material editado específicamente para el curso preparado por los profesores (aprox.415 páginas) y material abundante online, perfectamente referenciado.

El material didáctico del curso ha sido redactado por el equipo docente del curso:

- El Community Manager: responsable de comunidades virtuales

- Autores:

Abraham Izquierdo Sanz

Verónica Guzmán López

Laura Martínez Murgui

Material didáctico complementario: archivos digitales bajo licencia creative commons de temas relacionados con el programa del curso.

4.1.2 Material enviado por el equipo docente (apuntes, pruebas de evaluación, memorias externas, DVDs, ...)

Community Manager: Redes Sociales, Marketing Social.

Ediciones Académicas S.A.

ISBN: 978-84-92477-67-8

Este material será abonado por el alumno junto a la matrícula del curso.

5. Atención al estudiante

Profesor encargado de la tutoría:

Mail: rtorres@der.uned.es

Días : lunes y martes lectivos del curso de 10 a 14

Tfno.: 91 398 92 17

Fax: 91 398 63 35

6. Criterios de evaluación y calificación

Superación de las pruebas de evaluación a distancia.

7. Duración y dedicación

16 de enero de 2017 al 30 de junio de 2017

8. Equipo docente

Director/a

Director - UNED

IZQUIERDO COLLADO, JUAN DE DIOS

Colaboradores UNED

Colaborador - UNED

TORRES KUMBRIAN, RUBEN DARIO

Colaboradores externos

Colaborador - Externo

DEL CAMPO CUEVAS, DOVIDENA

Colaborador - Externo

DE MENA MONGE, MÓNICA

9. Precio del curso

Precio de matrícula: 930,00 €.

Precio del material: 200,00 €.

10. Descuentos

10.1 Ayudas al estudio y descuentos

Se puede encontrar información general sobre ayudas al estudio y descuentos en este enlace.

Debe hacer la solicitud de matrícula marcando la opción correspondiente, y posteriormente enviar la documentación al correo: descuentos@fundacion.uned.es.

11. Matriculación

Del 5 de septiembre al 16 de diciembre de 2016.

Fundación UNED

Francisco de Rojas, 2-2º Dcha

28010 Madrid

Teléfono: +34 913867275 / 1592

Fax: +34 913867279

12. Responsable administrativo

Negociado de Especialización.