

Especialista Universitario

GESTIÓN DE REDES SOCIALES

La nueva profesión con más futuro

Curso con la colaboración de Microsoft

Participa: Asociación Española de
Responsables de Comunidades Online
(Aerco)



Especialista en Gestión de Redes Sociales

Número de créditos: 35 ECTS

Duración: de enero 2011 a junio 2011.

Número de plazas: 15

Modalidad: presencial

Becas: El 10% de los ingresos por matrícula se dedicará a becas.

Lugar de impartición: Casa-Palacio Briones. C/Ramón y Cajal, 15. 41410-Carmona. Sevilla Horario: viernes tarde y sábado mañana.

Metodología

Es el primer título universitario que se imparte sobre esta materia en Andalucía. El gestor de redes sociales es el nuevo referente laboral en las organizaciones, con carácter de especialista. El curso permite primero adquirir los conocimientos y habilidades propias de la creación y gestión de redes sociales, y después experimentarlos con el fin de configurar una plataforma para la innovación social, ya sea de aplicación en el sector público o en el privado. El curso también faculta para desarrollar los nuevos modelos digitales de espacios para la participación mediante fórmulas de producción colaborativa y enseña a desarrollar dentro de una organización o empresa un ecosistema de comunicación digital que transforme su propia forma de gestionar su actividad interna y externa, incorporando al ciudadano a todas las fases (estrategias, contenidos, reputación, cadena de valor, etc.).

Requisitos de Admisión

El curso de postgrado se dirige a los siguientes destinatarios:

Licenciados universitarios, se recomienda que tengan experiencia laboral, bien en el sector de la empresa privada, bien en algún organismo de la Administración pública. Es deseable, pero no imprescindible, que posean buenos conocimientos como usuarios de herramientas informáticas.

El curso es especialmente interesante para los/las profesionales de la Administración pública (ayuntamientos, delegaciones, consejerías, diputaciones, etc.) más ligados a la relación entre la función pública y el ciudadano, o vinculados a la planificación de estrategias que inciden en la vida del ciudadano.

También es altamente recomendable para los/las profesionales de la empresa privada más vinculados a la relación entre su compañía y su potencial audiencia.



Excepcionalmente, y previa autorización de la Comisión de Estudios de Postgrado, se aceptarán las candidaturas de aquellas personas que, no cumpliendo con los requisitos académicos indicados concurren circunstancias acreditadas de capacitación, experiencia profesional, cualificación científica o superen la prueba específica que, en su caso, se establezca (Art. 3 del punto 4 de la Normativa sobre Enseñanzas Propias de la Universidad Pablo de Olavide).

Contenidos académicos

Módulo I ÁGORA: LIDERAZGO, POLÍTICA Y SOCIEDAD Créditos 4

Ciclo con personalidades de prestigio para abordar los grandes temas que se refieren al cambio sufrido en la sociedad de los últimos años y el contexto organizativo en el que nos movemos hoy día.

Módulo II ACCIÓN PÚBLICA Y LOS RETOS DE LA GESTIÓN PÚBLICA EN LA NUEVA SOCIEDAD Créditos: 5,5

Análisis y evaluación de políticas públicas. Nuevos instrumentos participativos de administración y gestión pública. La función directiva en la administración pública. Poder local y ciudadanía. El sesgo de género en el poder y en la cultura política de la sociedad contemporánea.

Módulo III FUNDAMENTOS TECNOLÓGICOS PARA LAS REDES SOCIALES Créditos: 3

Herramientas y espacios de la convivencia 'on line'. Elementos cuyo manejo es indispensable para funcionar en la sociedad digital: blogs, wikis, microblogging, feeds, plug-ins, cloud computing, tags, RSS, video, podcast, widgets, microsites. Explicación de las principales redes sociales y cómo sacarles partido a sus aplicaciones para gestionar una comunidad virtual: Facebook, Linked-In, Xing, Twitter, Tuenti, MySpace, Youtube, Flickr, Slideshare, Delicious, Meneame y Technorati.

Módulo IV FUNDAMENTOS SOCIOLÓGICOS PARA LAS REDES SOCIALES. Créditos: 3

Identidad individual e identidad corporativa para evitar la brecha digital. La satisfacción de necesidades. Autogestión de las identidades. La emergencia de los 'nativos digitales' y la transformación para sobrevivir en las redes sociales de las organizaciones tradicionales. La economía del conocimiento en la sociedad digital. El uso masivo y estratégico del conocimiento como recurso y como mercancía. Su vinculación al uso intensivo de la tecnología de las redes sociales.

Módulo V FUNDAMENTOS JURÍDICOS Y LÍMITES LEGALES EN LAS REDES SOCIALES.

Créditos: 1,5

Propiedad intelectual en las redes sociales. Legislación, jurisprudencia, procedimientos y garantías para preservar la autoría de creaciones, productos y servicios en internet. Protección de datos. Garantías del correcto uso de las bases de datos. Cómo se regula la libertad del ciudadano para que permita o no el uso de su 'huella digital'. El límite entre lo público y lo privado en las redes sociales. Protección de la intimidad y del honor.



Módulo VI CREACIÓN DE REDES SOCIALES Créditos: 5

Crear una red social a medida a partir de redes sociales existentes. Ventajas e inconvenientes de los modelos a la carta. Los errores de crear plataformas de participación desde la esfera pública que no responden al punto de vista ni a la demanda del ciudadano. Plan estratégico de una red social. Cómo hacerla duradera en el tiempo. Costes, inversiones y tecnología. Aplicación de la telefonía móvil. Seguridad informática de la red. Generación de ingresos. Tendencia de futuro: cómo transformar una institución, un área de gestión pública o una empresa, en sus vertientes externa e interna, a partir de su desenvolvimiento mediante red social. El cambio a red social de un servicio informativo o gabinete de prensa en un municipio, un área de gobierno o una empresa pública, o una web institucional.

Módulo VII HABILIDADES DE UN GESTOR DE REDES SOCIALES. Crédito: 1

El perfil profesional. Profesiones y experiencias más próximas a un nuevo tipo de cometido laboral. Los métodos de los Recursos Humanos ante la especificidad digital. Su especialización si es un/a político/a, un/a funcionario/a, un/a consultor/a, un/a experto/a en marketing o un/a comunicador/a. Obligaciones y compromisos con la comunidad virtual.

Módulo VIII CREACIÓN COLECTIVA DE CONTENIDOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS. Créditos: 3

Cómo aprovechar la inteligencia colectiva a través del 'crowdsourcing'. Cómo despertar el interés de las personas usuarias a través del intercambio de contenidos y casos de éxito. Técnicas para generar productos o iniciativas a partir de las interacciones en la red social y casos de éxito.

Módulo IX ANÁLISIS CONTINUO PARA GESTIONAR UNA RED SOCIAL. Créditos: 3

La medición en internet y la analítica web. Cómo analizar lo que sucede en una red social. La geolocalización y el comportamiento geo-social. El marketing relacional y las técnicas de segmentación. Estrategias de moderación y dinamización de la red. Las campañas de publicidad en las redes y el análisis de su repercusión. Cómo mejorar la imagen corporativa y la reputación.

Módulo X LAS NUEVAS FORMAS DE LA ACCIÓN POLÍTICA A TRAVÉS DE INTERNET. Crédito: 1

La democracia electrónica, los métodos para profundizar en la toma de decisiones políticas, y su vinculación a las redes sociales. Casos de éxito o de fracaso. El cambio en la relación entre los partidos y la ciudadanía, la transformación de las campañas electorales, la nueva conformación de los programas de gobierno, con casos de éxito o de fracaso.

Dirección

Dirección Académica: Xavier Coller

Dirección Científica y Coordinación: Juan Luis Pavón



Profesorado

Alfonso Alcántara	(Yoriento.com)
Héctor Sánchez	(Microsoft)
José Antonio Gallego	(BBVA)
Rubén Díaz	(Zemos98)
José Luís Antúnez	(You Are)
Emilio Márquez	(Networking Activo)
Julio Alonso	(Weblogs)
Esteve Sanz	(Comisión Europea)
Luís Rull	(Mecus y Evento Blog)
Francisco Olivares	(RTVA)
Joaquín José Noval	(Cajasol)
Juan L. Manfredi	(E Business)
Ramón Laguna	(Xing)
Alfredo Romeo	(City Analitycs)

Sistema de Evaluación

La evaluación se hará a través de los criterios fijados por el profesorado en cada uno de los módulos, combinando el trabajo en clase con las horas de trabajo fuera del aula. Además, se realizará un trabajo de fin de curso sobre un supuesto práctico que permitirá desarrollar en internet los conocimientos adquiridos para crear y gestionar una red social.

Matrícula

Las personas interesadas deberán abonar la cantidad de 300 euros de preinscripción que da derecho a reserva de plaza en caso de ser aceptado/a. A aquellas personas que no sean seleccionadas se les devolverá el importe abonado. Se podrá realizar la preinscripción se realizará a través de la aplicación telemática en la web de la escuela en una primera fase o en una segunda fase:

Fase 1. La preinscripción estará operativa del 15 de noviembre al 10 de diciembre de 2010. En esta primera fase se cubrirán el 80% de las plazas disponibles.

Fase 2. Aquellos/as alumnos/as que no se preinscribieran en la primera fase, tienen una segunda oportunidad durante el periodo entre el 10 y el 31 de diciembre de 2010. En esta segunda fase se cubrirán el 20% restante de plazas disponibles.

Una vez admitido/a en el programa deberá efectuar la automatrícula a través de nuestra web: www.upo.es/eagpa

PRECIO: Este primer año ofrecemos precios promocionales gracias a la generosa contribución de los patronos: Cajasol y Diputación de Sevilla. De esta forma **el precio se reduce a 2.500€.**

PAGOS: El curso se abona en dos modalidades: pago único o fraccionado. En cualquier caso deberá abonarse 300€ de preinscripción. En caso de pago fraccionado, el 50% restante de las tasas (1.100€) deberá abonarse en el momento de la matrícula y el 50% restante (1.100€) durante el mes de Febrero de 2011.

FORMAS DE PAGO: Se abona mediante

- Ingreso directo en el Banco Santander Central Hispano (para el territorio español) a través de la Carta de Pago emitida en la automatrícula.

- El alumnado que resida fuera del territorio español puede abonar a través de la TPV virtual, en el siguiente enlace:

http://eolo.upo.es/automatricula/docu/listado_cursos.php

CONTACTO:

ESCUELA DE ALTA GESTIÓN PÚBLICA DE ANDALUCÍA (EAGPA)

Casa Palacio de los Briones. C/ Ramón y Cajal, 15.

41410 CARMONA. SEVILLA.

Tlfno: + 34 954.977.357

Fax: +34 954.140.937

E-mail: eagpa@upo.es

Web: www.upo.es/eagpa/



PATROCINAN:



COLABORA:



FEDERACIÓN
ANDALUZA
DE MUNICIPIOS
Y PROVINCIAS



Asociación Española de
Responsables de Comunidad

Microsoft®

