

**Lugar:** Hemiciclo de la Facultad de Letras, Campus de La Merced. Murcia.

**Duración:** 30 horas.

**Limitación de plazas:** 150 alumnos.

**Precio:** 95 €.

**Plazo de matrícula:** hasta el 27 de junio.

## NORMAS DE MATRÍCULA

Para realizar la matrícula es imprescindible rellenar en la web <http://www.um.es/unimar> el boletín de inscripción.

El pago se podrá realizar desde la web con tarjeta de crédito o descargar el recibo de pago y hacerlo efectivo en las entidades bancarias: CAM, CAJAMURCIA, CAJAMAR y BANCO SANTANDER; la matrícula quedará automáticamente conformada una vez realizado el pago.

La matrícula y asistencia a esta actividad da derecho a la obtención del diploma acreditativo correspondiente.

La actividad podrá suspenderse en caso de no alcanzar el número de 90 alumnos.

## RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

Estas actividades podrán tener reconocimiento de créditos según la normativa de la Universidad de Murcia.

Los alumnos procedentes de otras Universidades que soliciten créditos deberán indicar los requisitos de su Universidad de origen para el reconocimiento de dichos créditos (certificado, diploma, programa sellado, ...).



C/. Actor Isidoro Máiquez, 9  
30007 Murcia

Teléfonos: 868 88 8207/7262/3376/3360/3359

Fax: 868 88 38 97

E-mail: [unimar@um.es](mailto:unimar@um.es)

[www.um.es/unimar](http://www.um.es/unimar)

VICERRECTORADO DE DESARROLLO ESTRATÉGICO Y FORMACIÓN

Patrocina:



UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DEL MAR



## El rol de responsable de comunidad en las organizaciones (community manager).

Murcia. Del 4 al 7 de julio

Actividades  
de verano

28ª edición - 2011

UNIVERSIDAD DE  
MURCIA

# El rol de responsable de comunidad en las organizaciones (community manager).



UNIVERSIDAD  
INTERNACIONAL  
DEL MAR



## Director:

D. Francisco García Mateo.

## Objetivos:

La Web 2.0 ofrece a las empresas la posibilidad de promocionarse a sí mismas y a sus productos o servicios utilizando los diferentes canales de comunicación disponibles, utilizando el marketing en internet y permitiéndoles definir objetivos y medir resultados. Un responsable de comunidad se encarga de averiguar dónde se habla de su empresa, quién habla de su empresa y qué dice de ella. El papel del responsable de comunidad también consiste en controlar la reputación de la empresa y tomar el control sobre lo que los internautas dicen sobre ella, desactivando posibles amenazas y potenciando las virtudes. Por otra parte, no solo el sector privado sino la propia administración pública, en su condición de prestadora de servicios, está abocada a interactuar con sus clientes (los ciudadanos) mediante el uso intensivo de la web 2.0 para poder mejorar los servicios que ofrece. Las redes sociales son una excelente oportunidad para que las administraciones públicas cambien su forma de relacionarse con los ciudadanos. El gestor de comunidades será pronto uno de los nuevos perfiles profesionales que se inserten en las instituciones públicas.

En este curso aprenderemos que no basta cierto dominio sobre los social media. Aprenderemos tanto las habilidades como las herramientas y los conocimientos necesarios para desempeñar el rol de Community Manager.

## Destinatarios:

Profesionales y alumnos de Periodismo o cualquier rama de la comunicación.

Profesionales y alumnos de Marketing.

Profesionales y alumnos de Económicas y Dirección de Empresas.

Empresarios interesados en posicionar sus empresas en la Web 2.0.

Responsables y técnicos del sector público interesados en posicionar en la Web 2.0 a instituciones públicas.

Personas interesadas en el tema.

## CONTENIDOS:

### -EL NUEVO ENTORNO COMPETITIVO: WEB 2.0 Y ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO.

Social Media, nuevos medios, las Redes Sociales y su papel en la empresaorganización.

**Doña. Dolors Reig Hernández.**

Consultora / Col-laboradora docent CTIC Educació Social, Postgrau Xarxes socials i Comunitats Universitat Oberta de Catalunya. Barcelona.

### - CANALES EN LOS SOCIAL MEDIA, ESTUDIO ESPECÍFICO POR CANALES, CUÁNDO SON NECESARIOS, EN QUÉ SECTORES, QUÉ ESTRATEGIA PLANTEAR EN ELLOS.

- Twitter: Configuración de canales, usos avanzados (monitorización de temas, twitter como entorno informativo, etc...).

- Facebook, Tuenti: Configuración de canales, usos avanzados.

- Youtube, Slideshare, Vimeo, Flickr, etc...: Configuración de canales, usos avanzados.

- Blogs y Blogosfera, Configuración y usos avanzados.

- Copyright y alternativas (creative commons), cosas a tener en cuenta cuando compartimos contenido en la web.

**Doña. Dolors Reig Hernández.**

Consultora / Col-laboradora docent CTIC Educació Social, Postgrau Xarxes socials i Comunitats Universitat Oberta de Catalunya. Barcelona.

### -COMUNIDADES VIRTUALES, DEFINICIONES Y EJEMPLOS.

- Tipos de Comunidades según sus usos, objetivos.

- Análisis de casos de Éxito. En la administración pública (Compartim, Programa Dept de Justicia de la Generalitat de Cataluña).

**D. Jesús Martínez Marín.**

Responsable de nuevos proyectos educativos en el Centro de Estudios Jurídicos y Formación Especializada del Departamento de Justicia de la Generalitat de Cataluña. Barcelona.

- Análisis de casos de Éxito. En la empresa (AIMME, Sector del metal, Comunidad Valenciana).

**D. Santiago Bonet Bold.**

Responsable del Departamento TIC del Instituto Metal Mecánico (AIMME). Valencia.

### -INTRODUCCIÓN AL MARKETING EN INTERNET.

- Social Media Marketing.

- Seguimiento de audiencias.

- Cómo detectar tendencias: Coolhunting.

- Publicidad en medios sociales.

- Integración del Social Media Marketing en la estrategia de comunicación corporativa.

**D. Millan I. Berzosa.**

Director de Comunicación y Community Manager en ideas4all. Madrid.

### -LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER.

- Perfil Ideal del Community Manager.

- Responsabilidades del Community Manager.

**D. Alfonso Alcántara.**

Community manager del servicio andaluz de empleo en la Consejería de Empleo. Sevilla.

## ACLARACIONES:

### HORARIO:

Mañanas, de 9 a 13 horas.

Tardes, de 16 a 20 horas.

### ENLACES:

<https://www.um.es/symposium/go/respcom2011>

<https://twitter.com/respcom2011>

<http://www.facebook.com/respcom2011>