

Curs virtual: Estratègies de comunicació institucional a través de xarxes socials

OBJECTIUS

- Aprendre a definir una estratègia a seguir per dur a terme eficaçment una campanya en Xarxes Socials coneixent les eines, tècniques i mètriques més importants.
- Ser capaços de crear, desenvolupar i mantenir comunitats virtuals mitjançant l'adquisició dels coneixements teòrics necessaris i l'elaboració i anàlisi d'una sèrie de casos i activitats pràctiques.

PROGRAMA

1. Pla de comunicació digital. Estratègia de continguts, to i calendari de cada plataforma.
2. Estratègia per a Facebook.
3. Tècniques per impactar a Facebook.
4. Anàlisi (Facebook insights).
5. Twitter: aprendre a utilitzar el microblogging eficaçment.
6. Funcions avançades de Twitter.
7. Anàlisi (Twitter analytics).
8. Youtube: com triomfar a la xarxa.
9. Instagram: quin contingut hem de compartir?
10. Eines de monitorització de diverses xarxes socials.
11. Últimes tendències en comunicació a través de xarxes socials.

DURADA DEL CURS

Del 3 d'abril al 4 de juny de 2018 (45 hores virtuals).

DESTINATARIS

Personal de l'Administració local amb coneixements de xarxes socials que vulguin aprofundir en millorar l'estratègia de continguts.

METODOLOGIA

- El curs tindrà una metodologia principalment pràctica amb algunes introduccions teòriques.
- Cada alumne haurà d'elaborar una pla de comunicació digital en xarxes socials.

COM REALITZAR EL CURS

El curs estarà format per:

- 5 mòduls teòrico-pràctics
- Exercicis obligatoris de cada mòdul i l'elaboració del Pla de comunicació digital final.

Els 5 mòduls i els respectius vídeos contenen les explicacions dels continguts. Cal seguir les indicacions del docent a través del tauler de missatges a l'hora de treballar els continguts de cada mòdul i els exercicis. Les activitats pràctiques és necessari realitzar-les dintre del termini establert i enviar-les a través de la pròpia plataforma de formació seguint les indicacions.

Temps de dedicació

El temps de dedicació dels exercicis virtuals varia en funció de l'habilitat de cada persona per a treballar amb l'ordinador, del temps continuat o amb interrupcions de treball, ... però en línies generals, els continguts del curs estan pensats per a que l'alumne hi dediqui unes **45 hores**.

Descàrrega de fitxers

- Els continguts de vídeo es poden visualitzar directament obrint-los a la plataforma. També es podran descarregar tots els vídeos en finalitzar la formació seguint les indicacions.
- Els continguts en Pdf es poden llegir obrint-los també a la plataforma o bé descarregar-los. Per descarregar aquests arxius sense problemes, el més adient és fer-ho desant els fitxers en el disc dur i, posteriorment, obrir-los. Per tant, caldrà fer clic amb el botó dret a sobre del fitxer a descarregar, indicar Anomena i desa i la ubicació. Posteriorment, obrir-lo des del seu lloc de destí.

Seguiment

L'alumne pot accedir a les qualificacions dels exercicis i de la nota final d'avaluació des de l'apartat **Qualificacions**. Tanmateix, en aquest espai l'alumne també hi trobarà els comentaris i valoracions que el professor fa de les seves activitats, un cop lliurades.

AVALUACIÓ

L'avaluació es basa en la resolució dels casos pràctics que es porten a terme i que el tutor avaluarà. Els enunciats de les activitats són penjats al Tauler del professor de l'aula. Cal seguir les indicacions i consells addicionals sobre el format i l'estructura en què s'han de resoldre les activitats plantejades.

Per tal de superar el curs cal:

- Realitzar les activitats obligatòries de cada mòdul del curs que consten al calendari i lliurar-les en les dates indicades.
- Aquest curs només es pot superar realitzant totes les activitats dels mòduls i el Pla de comunicació digital final. Els exercicis de cada mòdul tenen un pes percentual del 10% en la qualificació final excepte el Pla de comunicació digital que representa un 60%.
- Cal superar la Pràctica d'avaluació final (Pla de comunicació) amb una nota mínima de 6.

Temporització	Continguts	Temps dedicació	Avaluació (punts)
<p>MÒDUL 1 Del 3 al 17 d'abril</p>	<p>Facebook: continguts d'impacte, configuració i analítica</p> <p>1. Crear i configurar una pàgina d'impacte</p> <ul style="list-style-type: none"> -Introducció: Facebook, la xarxa social més implantada -Com crear una pàgina de Facebook efectiva -Pàgines d'exemple en l'administració -Configuració estratègica de la pàgina -Atenció ciutadana a través de Facebook -Donar valor a afegir a la pàgina (Plantilles i pestanyes) -Configuració òptima de notificacions -Rols de pàgina (administradors, editors, moderadors i analistes) -Configuració del públic objectiu de la pàgina <p>2. Crear continguts de valor</p> <ul style="list-style-type: none"> -Aspectes de presentació d'una pàgina de Facebook -Programar una publicació en el millor horari -Acompanyar les publicacions d'imatges impactants -Utilitzar un lector RSS per 	8h	10 punts

	<p>centralitzar la lectura de nous continguts a compartir</p> <ul style="list-style-type: none">-Fer ús del relat de marca (storytelling) en les publicacions-Calendari de continguts d'impacte <p>3. Analitzar per millorar l'estratègia</p> <ul style="list-style-type: none">-Visió general (mètriques més importants)-Anàlisi de seguidors per conèixer l'audiència-Quines publicacions tenen major abast-Anàlisi de les publicacions amb més impacte-Anàlisi de reproduccions de vídeo-Anàlisi del públic de la meua pàgina		
--	---	--	--

<p>MÒDUL 2 Del 17 d'abril a l'1 de maig</p>	<p>Twitter: perfils d'impacte, estratègia de continguts i analítica</p> <p>1. Crear i configurar un perfil d'impacte</p> <ul style="list-style-type: none"> -Introducció: Twitter, el microblogging per conversar amb la ciutadania -Pautes d'identitat corporativa -Estructura efectiva dels Tweets. <p>2. Crear l'estratègia de continguts</p> <ul style="list-style-type: none"> -Continguts de qualitat que hem de compartir -Freqüència òptima de publicació i RT -Programació estratègica de tweets -Monitoratge i seguiment -Consultes i aportacions dels usuaris -Integració de Twitter al web -Creació de xarxa (l·listes de Twitter) -Tipus de continguts -Calendari editorial -Promocions <p>3. Analitzar per millorar la estratègia</p> <ul style="list-style-type: none"> -Visió general (mètriques més 	<p>8h</p>	<p>10 punts</p>
--	--	-----------	-----------------

	importants) -Anàlisi de Tweets (Impressions, Interaccions i Taxa d'interacció) -Audiències (Informació general, dades demogràfiques) -Informes dels comptes		
--	--	--	--

<p>MÒDUL 3 De l'1 al 15 de maig</p>	<p>Youtube: apropar-se a la ciutadania amb recursos audiovisuals d'alt impacte</p> <p>1. Crear i configurar un canal corporatiu</p> <p>-Introducció: Youtube, el creixement imparable del vídeo</p> <p>-Obrir un canal d'impacte.</p> <p>-Configuració multidispositiu del canal</p> <p>-Canals d'exemple d'administracions</p> <p>2. Crear l'estratègia de continguts</p> <p>-Estratègia de videomarketing amb Youtube a l'administració</p> <p>-Màrqueting de continguts estratègic</p> <p>-Vídeos virals. ¿Com aconseguir-los?</p> <p>-L'editor de vídeo de Youtube.</p> <p>3. Analitzar per millorar l'estratègia</p> <p>-Visió general (mètriques més importants)</p>	8h	10 punts
<p>MÒDUL 4 Del 15 al 29 de maig</p>	<p>Instagram: crear marca i connectar amb les emocions del ciutadà</p> <p>1. Tot el que hem de saber d'Instagram</p> <p>-Introducció: Instagram, una</p>	8h	10 punts

	<p>xarxa social en ple creixement</p> <p>-Com utilitzar Instagram a l'administració i algunes funcions que hem de conèixer</p> <p>2. Crear l'estratègia de continguts</p> <p>-Com construir un perfil d'Instagram irresistible als seguidors</p> <p>-Descobrir el millor horari perquè les publicacions arribin al ciutadà</p> <p>-Com utilitzar Instagram <i>Stories</i> per aconseguir més visibilitat</p> <p>-Eines que ens permetran fer créixer Instagram de forma accelerada</p> <p>-Com aconseguir que perfils coneguts i amb molts seguidors ens promocionin</p> <p>3. Analitzar per millorar l'estratègia</p> <p>-Visió general (mètriques més importants per créixer més ràpidament)</p>		
--	--	--	--

MÒDUL 5 Del 29 de maig al 4 de juny	El pla de comunicació digital, tendències en xarxes socials i monitorització 1. Monitorització centralitzada de xarxes socials amb Hootsuite -Afegir xarxes socials a Hootsuite -Crear i configurar columnes -Programació estratègica de continguts -Escrudador de URL -Editor de publicacions 2. Noves tendències en xarxes socials i marketing digital -Marketing de continguts -Vídeo en directe (Facebook Live, Periscope, Instagram) -Realitat virtual a Facebook -Continguts efímers -El vídeo i els vblogs 3. Pla de comunicació digital. Estratègia de continguts. -Com realitzar un pla de comunicació digital efectiu.	13h	60 punts
	TANCAMENT DEL CURS		
	TOTAL	45h	100 punts

CALENDARI

En aquest calendari es posen les dates per anar seguint el curs i realitzant les activitats planificades.

abril

Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge
						1
2	3 Inici curs	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15 EXERCICIS MÒDUL 1 (Lliurament)
16	17	18	19	20	21 EXERCICIS MÒDUL 1 (Qualificació)	22
23	24	25	26	27	28	29 EXERCICIS MÒDUL 2 (Lliurament)

maig

Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge
30	1	2	3	4	5 EXERCICIS MÒDUL 2 (Qualificació)	6
7	8	9	10	11	12	13 EXERCICIS MÒDUL 3 (Lliurament)
14	15	16	17	18	19 EXERCICIS MÒDUL 3 (Qualificació)	20
21	22	23	24	25	26	27 EXERCICIS MÒDUL 4 (Lliurament)
28	29	30	31			

juny

Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge
				1	2	3
					EXERCICIS MÒDUL 4 (Qualificació)	
4	5	6	7	8	9	10
Lliurament Pla de comunicació	Fi del curs					