

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un reparto del trabajo de la asignatura a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	Contenido teórico	Actividades (4 puntos)	Eventos (2 puntos)
Semana 1	Tema 1. Social media: plataformas y tipología del usuario 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. El papel del usuario y la empresa 1.3. Ecosistema de plataformas de contenido en Internet 1.4. El papel de los medios en redes sociales 1.5. Comunicación corporativa en social media 1.6. Referencias bibliográficas	Trabajo: Análisis de la presencia de una marca en Internet (0,8 puntos)	Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,15 puntos cada una). Test tema 1 (0,1 puntos)
Semana 2	Tema 2. El planteamiento estratégico en social media 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Bases del planteamiento estratégico 2.3. Objetivos y KPI 2.4. Pilares y contenido 2.5. Procesos de puesta en marcha		Test tema 2 (0,1 puntos)
Semana 3	Tema 3. La generación y gestión del engagement 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Estrategia de contenidos 3.3. Marketing de contenidos 3.4. ¿Cómo se consume el contenido? 3.5. Experiencia inmersiva 3.6. Referencias bibliográficas		Test tema 3 (0,1 puntos)
Semana 4	Tema 4. La escucha reactiva y proactiva 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Tipos de escucha en redes sociales 4.3. Cómo establecer procesos de escucha 4.4. Incorporar conocimiento social al producto 4.5. Cómo aprender del usuario 4.6. Marketing en tiempo real 4.7. Casos y ejemplos 4.8. Referencias bibliográficas	Trabajo: Plantea la estructura de categorización de un proyecto de Escucha Social y justifícala (0,8 puntos)	Test tema 4 (0,1 puntos)
Semana 5	Tema 5. Herramientas para la gestión de la escucha social 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Dónde entran en juego las herramientas en un proyecto de social listening 5.3. Herramientas de social listening vs herramientas de social analytics 5.4. Cómo elegir la herramienta adecuada para tu negocio y presupuesto 5.5. Mapa de herramientas y fuentes para descubrir nuevas		Test tema 5 (0,1 puntos)
Semana 6	Tema 6. Influencers 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. ¿Quiénes son influencers? 6.3. Macroinfluencers 6.4. Microinfluencers 6.5. Ingaging 6.6. Aspectos legales 6.7. Referencias bibliográficas	Trabajo: Selección influencers y propuesta contenido (0,8 puntos)	Test tema 6 (0,1 puntos)

	Contenido teórico	Actividades (4 puntos)	Eventos (2 puntos)
Semana 7	Tema 7. Facebook e Instagram: características, uso y campañas de publicidad 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Historia y funcionamiento 7.3. Objetivos de negocio 7.4. Segmentación, compra y resultados 7.5. Formatos por objetivos		Test tema 7 (0,1 puntos)
Semana 8	Tema 8. Twitter: características, uso y campañas de publicidad 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Historia y funcionamiento 8.3. Objetivos de negocio		
Semana 9	Tema 8. Twitter: características, uso y campañas de publicidad (continuación) 8.4. Herramienta y segmentación 8.5. Formatos		Foro: Redes sociales y publicidad. Acciones, pros y contras (0,5 puntos) Test tema 8 (0,1 puntos)
Semana 10	Tema 9. LinkedIn: características, uso y campañas de publicidad 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. Historia y funcionamiento 9.3. Objetivos de negocio 9.4. LinkedIn ads	Trabajo: Auditoría de redes sociales (0,8 puntos)	Test tema 9 (0,1 puntos)
Semana 11	Tema 10. Acciones publicitarias en otras plataformas 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. Pinterest ads 10.3. Snapchat ads 10.4. Twitch ads		Test tema 10 (0,1 puntos)
Semana 12	Tema 11. La gestión de la reputación online 11.1. ¿Cómo estudiar este tema? 11.2. Los principales retos para la escucha social 11.3. El crecimiento de las conversiones privadas y efímeras 11.4. La comunicación cada vez es más visual: el vídeo y las imágenes son el nuevo texto 11.5. La automatización, ¿amenaza para la humanidad? 11.6. Los cambios culturales: generacionales y geográficos 11.7. La respuesta de las herramientas de monitorización y cómo un profesional puede mantenerse al día en el mundo de la escucha social, los datos y el marketing digital		Test tema 11 (0,1 puntos)
Semana 13	Tema 12. Herramientas y medición en social media 12.1. ¿Cómo estudiar este tema? 12.2. Viralidad e influencia	Trabajo: Selección de una herramienta de social media (0,8 puntos)	
Semana 14	Tema 12. Herramientas y medición en social media (continuación) 12.4. Tipología de herramientas 12.5. Referencias bibliográficas		Test tema 12 (0,1 puntos)
Semana 15	Semana de repaso		
Semana 16	Semana de exámenes		