

Programación semanal

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

	SESIONES	IDEAS CLAVE	¿QUÉ VAS A APRENDER A HACER?	¿QUÉ PROBLEMAS VAMOS A RESOLVER EN CLASE?	ACTIVIDADES EVALUABLES	PLAN DE DESARROLLO PERSONAL	CONSTRUYE TU PORTFOLIO
Semana 1	<p>Presentación de asignatura: 45 minutos</p> <p>TEMA 1: 45 minutos</p>	<p>Tema 1 Social media: plataformas y tipología del Usuario</p> <p>1.1. Introducción y objetivos</p> <p>1.2. El papel del usuario y la empresa en social media</p> <p>1.3. Ecosistema de plataformas de contenido en Internet</p> <p>1.4. El papel de los medios en redes sociales</p> <p>1.5. Comunicación corporativa en social media</p> <p>1.6. Referencias bibliográficas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Identificar los principales canales y redes sociales para el trabajo en Social Media. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Qué redes sociales están experimentando un mayor crecimiento según el ámbito territorial? 	Test Tema 1 (0,1 punto)	<p>Desarrolla la competencia de consenso. Huella UNIR.</p> <p>Fecha entrega: fin de la asignatura. (2,6 puntos)</p>	
Semana 2	<p>TEMA 2: 45 minutos</p>	<p>Tema 2. El planteamiento estratégico en social media</p> <p>2.1. Introducción y objetivos</p> <p>2.2. Bases del planteamiento estratégico</p> <p>2.3. Objetivos y KPI</p> <p>2.4. Pilares y contenido</p> <p>2.5. Procesos de puesta en marcha</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Elaborar un plan estratégico de social media e incorporarlo al plan de marketing digital 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Qué objetivos de social media debemos plantear para un caso empresarial concreto? 	Test Tema 2 (0,1 punto)		

	SESIONES	IDEAS CLAVE	¿QUÉ VAS A APRENDER A HACER?	¿QUÉ PROBLEMAS VAMOS A RESOLVER EN CLASE?	ACTIVIDADES EVALUABLES	PLAN DE DESARROLLO PERSONAL	CONSTRUYE TU PORTFOLIO
Semana 3	TEMA 3: 45 minutos	Tema 3. La generación y gestión del engagement 3.1. Introducción y objetivos 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	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Crear contenidos diferentes según las distintas redes y desarrollar estrategias específicas para cada contenido 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Cómo calendarizar contenidos de un plan social media a partir de una plantilla base? 	Test Tema 3 (0,1 punto)		
Semana 4	TEMA 4: 35 minutos	Tema 4. Escucha social y herramientas para su gestión 4.1. Introducción y objetivos 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. Herramientas para la escucha social 4.8. Los principales retos para la escucha social 4.9. Referencias bibliográficas	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Realizar procesos de escucha social ▶ Elaborar una categorización de conversaciones ▶ Incorporar el marketing en tiempo real tras los procesos de escucha 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Cómo incorporar el marketing en tiempo real tras el proceso de escucha de una empresa? 	Test Tema 4 (0,1 punto)		

SESIONES	IDEAS CLAVE	¿QUÉ VAS A APRENDER A HACER?	¿QUÉ PROBLEMAS VAMOS A RESOLVER EN CLASE?	ACTIVIDADES EVALUABLES	PLAN DE DESARROLLO PERSONAL	CONSTRUYE TU PORTFOLIO
Presentación de la actividad 1: 10 minutos		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Realizar una auditoría y escucha social para una pyme. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Dónde buscar conversaciones que sirvan de inspiración a la compañía? ▶ ¿Qué sería lo más importante recoger para luego poder hacer un análisis? ▶ ¿Cómo plantear una estructura de categorización temática que sirva para identificar quién dice qué y cómo? 	Actividad 1: Escucha social y auditoría para la empresa WAVYDRIVE		Realización de una auditoría y escucha social para la empresa WavyDrive
Semana 5 TEMA 5: 45 minutos	Tema 5. Influencers 5.1. Introducción y objetivos 5.2. ¿Quiénes son los influencers? 5.3. Macroinfluencers 5.4. Microinfluencers 5.5. Ingaging 5.6. Aspectos legales 5.7. Referencias bibliográficas	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Encontrar influencers que ayuden a la empresa en acciones de social media 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Qué influencer seleccionaríamos para la estrategia digital de una empresa concreta? 	Test Tema 5 (0,1 punto)		Experiencia en plataformas para la gestión de influencers como SocialPubli
Semana 6 TEMA 6: 45 minutos	Tema 6. Facebook e Instagram: características y uso 6.1. Introducción y objetivos 6.2. Historia y funcionamiento 6.3. Guía de estilo	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Mejorar el alcance de las publicaciones en Facebook teniendo en cuenta el funcionamiento del algoritmo ▶ Desarrollar una planificación de publicaciones de contenidos en Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Cómo desarrollar una estrategia de contenidos en Facebook para una empresa teniendo en cuenta el algoritmo? 	Entrega Actividad 1: 20 de diciembre (3 puntos)		

	SESIONES	IDEAS CLAVE	¿QUÉ VAS A APRENDER A HACER?	¿QUÉ PROBLEMAS VAMOS A RESOLVER EN CLASE?	ACTIVIDADES EVALUABLES	PLAN DE DESARROLLO PERSONAL	CONSTRUYE TU PORTFOLIO
Semana 7	TEMA 6: 35 minutos	Tema 6. Facebook e Instagram: características y uso (continuación) 6.4. Planificación en Facebook 6.5. Instagram	▶ Desarrollar acciones efectivas en Instagram para las empresas	▶ ¿Cómo aprovechar las opciones de Instagram en stories y reels para lanzar acciones efectivas para una empresa?	Test Tema 6 (0,1 punto)		Experiencia en Instagram
	Presentación de la actividad 2: 10 minutos		▶ Diseñar un plan de contenidos para las redes sociales de una empresa	▶ ¿Cuáles serán los usuarios, línea editorial, canales y tipo contenidos que desarrollaremos en el plan social media para cumplir los objetivos de la empresa?	Actividad 2: Plan de contenidos para la empresa WavyDrive		Plan de contenidos en redes sociales para la empresa WavyDrive
Semana 8	TEMA 7: 45 minutos	Tema 7. Twitter: características y uso 7.1. Introducción y objetivos 7.2. Historia y funcionamiento 7.3. Protocolo de crisis 7.4. Planificación en Twitter 7.5. Twitter Analytics	▶ Plantear objetivos empresariales y desarrollar contenidos en Twitter .	▶ ¿Cuándo es pertinente o no publicar determinados contenidos en Twitter?	Test Tema 7 (0,1 punto)		Experiencia en Twitter
	Resolución de la actividad 1: 45 minutos		▶ Detectar errores y optimizar una auditoría de redes sociales	▶ ¿Dónde buscar conversaciones que sirvan de inspiración a la compañía? ▶ ¿Qué sería lo más importante recoger para luego poder hacer un análisis? ▶ ¿Cómo plantear una estructura de categorización temática que sirva para identificar quién dice qué y cómo?			

	SESIONES	IDEAS CLAVE	¿QUÉ VAS A APRENDER A HACER?	¿QUÉ PROBLEMAS VAMOS A RESOLVER EN CLASE?	ACTIVIDADES EVALUABLES	PLAN DE DESARROLLO PERSONAL	CONSTRUYE TU PORTFOLIO
Semana 9	TEMA 8: 45 minutos	Tema 8. LinkedIn y YouTube: características y uso 8.1. Introducción y objetivos 8.2. LinkedIn	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Generar objetivos, estrategias de publicación y contenidos en LinkedIn 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Qué diferencias hay entre la el uso de LinkedIn para nuestra marca personal y para acciones de marketing de nuestra compañía? 	Entrega Actividad 2: 24 de enero (3 puntos)		Experiencia en LinkedIn
Semana 10	TEMA 8: 45 minutos	Tema 8. LinkedIn y YouTube: características y uso (continuación) 8.3. YouTube	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Utilizar YouTube para el desarrollo de acciones de marketing de contenidos 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Cómo posicionar vídeos en Youtube? 	Test Tema 8 (0,1 punto)		Experiencia en YouTube Studio
	Recomendación de examen: 45 minutos		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Resolver problemas de empresas reales a través de estrategias de social media. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Cómo diseñar un plan social media para cumplir los objetivos de una empresa? ▶ ¿Cómo desarrollar un plan de contenidos? ▶ ¿Cómo hacer el proceso de medición y optimizar los resultados de un proyecto social media? 	Examen final: en la semana 16 (60% de la evaluación)		
Semana 11	TEMA 9: 45 minutos	Tema 9. Acciones en otras plataformas 9.1. Introducción y objetivos 9.2. Pinterest 9.3. Snapchat 9.4. Twitch 9.5. TikTok 9.6. WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Incorporar estrategias de utilización y publicación de contenidos en redes sociales menos utilizadas o en las más recientes 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Cuándo incluir Pinterest, Snapchat, Twitch, TikTok o Whatsapp en la estrategia social media de una empresa? 	Test Tema 9 (0,1 punto)		Experiencia en redes sociales como TikTok o Twitch.

	SESIONES	IDEAS CLAVE	¿QUÉ VAS A APRENDER A HACER?	¿QUÉ PROBLEMAS VAMOS A RESOLVER EN CLASE?	ACTIVIDADES EVALUABLES	PLAN DE DESARROLLO PERSONAL	CONSTRUYE TU PORTFOLIO
	Resolución de la actividad 2: 45 minutos		<ul style="list-style-type: none"> Detectar errores y optimizar un plan de contenidos en redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles serán los usuarios, línea editorial, canales y tipo contenidos que desarrollaremos en el plan social media para cumplir los objetivos de la empresa? 			
Semana 12	Presentación de la actividad grupal: 90 minutos		<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar un plan social media 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo diseñar el plan social media de una empresa que tiene un presupuesto para marketing digital de 100.000€ para el próximo año? 	Actividad grupal del proyecto de marketing digital: Plan de Social Media para la empresa Top Talent Executive Search		Desarrollo de un Plan Social Media para la empresa Top Talent Executive Search
Semana 13	TEMA 10: 45 minutos	Tema 10. Herramientas y medición en social media 10.1. Introducción y objetivos 10.2. Viralidad e influencia 10.3. Medición en social media 10.4. Tipología de herramientas 10.5. Referencias bibliográficas	<ul style="list-style-type: none"> Utilizar las herramientas más habituales para la gestión y medición de social media 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué herramienta utilizar para la medición de resultados en las redes sociales de una empresa? 	Test Tema 10 (0,1 punto)		Experiencia en herramientas de medición de resultados en redes sociales como Metricool o Hootsuite
Semana 14	Resolución de la actividad grupal: 90 minutos		<ul style="list-style-type: none"> Optimizar y mejorar campañas de social media, proponer mejoras y discutir sobre posibles resultados. 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo diseñar el plan social media de una empresa que tiene un presupuesto para marketing digital de 100.000€ para el próximo año? 	Entrega de Actividad Grupal: 28 de febrero (5,4 puntos)		

	SESIONES	IDEAS CLAVE	¿QUÉ VAS A APRENDER A HACER?	¿QUÉ PROBLEMAS VAMOS A RESOLVER EN CLASE?	ACTIVIDADES EVALUABLES	PLAN DE DESARROLLO PERSONAL	CONSTRUYE TU PORTFOLIO
Semana 15	REPASO: 45 minutos						
Semana 16	Semana de exámenes						

NOTA

Esta **Programación semanal** puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.