

 DIRIGIDO A

Estudiantes universitarios.

Titulados.

Profesionales de empresas y marketing.

Técnicos de comunicación.

 **Plazo de Matriculación**  
Desde el 1/07/2011 hasta el 4/11/2011

 **Fecha de Celebración**  
Del 7 al 11 de noviembre de 2011

 **Lugar de Celebración**  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.  
Universidad de Granada

 **Horario**  
De 16:00 a 21:00 horas

 **Precio:** 45 € para estudiantes  
70 € para profesionales y profesores

 **Duración:** 25 horas

 **Número de Plazas:** 200

 **Punto de información e inscripciones**  
Fundación General UGR-Empresa  
Plaza San Isidro nº5. 18012 Granada

→ Tel.: 958 24 61 20 Fax: 958 28 32 52

→ Web: <http://fundacionugrempresa.es>

→ e-mail: [cursos@fundacionugrempresa.es](mailto:cursos@fundacionugrempresa.es)

 **Organiza**

➔ **Marketing en Redes Sociales: Introducción y análisis de la situación de mercado.**

**I Edición**

 Del 7 al 11 de noviembre de 2011

 **Lugar de realización**  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Granada

 **Director Académico**  
D. Francisco José Liébana Cabanillas. Profesor del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada.

D. Francisco Rejón Guardia. Profesor del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada.

Dña. Myriam Martínez Fiestas. Profesora del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada

 **Créditos**  
2,5 Créditos de Libre Configuración para los Alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Solicitados Créditos de Libre Configuración para Alumnos de las Facultades de Ciencias del Trabajo, Ciencias Políticas y Sociología y Psicología.

## OBJETIVOS

- Conocer las nuevas reglas de juego del marketing: el nuevo consumidor, las nuevas estrategias, los nuevos medios y las nuevas métricas.
- Saber cómo integrar las Redes Sociales en la empresa y conocer cómo éstas pueden afectar a las relaciones comerciales de la misma.
- Confeccionar estrategias on line para rentabilizar las acciones en Redes Sociales.
- Analizar los diferentes soportes y posibilidades de las Redes Sociales.
- Conocer el perfil y las responsabilidades del nuevo Rol de Community Manager.
- Analizar las últimas herramientas y tecnologías en Social Media.



## PROFESORADO

- Juan Sanchez Fernandez: Profesor del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados.
- Jose Angel Ibañez Zapata: Profesor del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados.
- Esteban Romero Frías: Profesor del Departamento de Economía Financiera y Contabilidad.
- Francisco Rejón Guardia: Profesor del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados.
- Francisco José Liébana Cabanillas: Profesor del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados.
- Myriam Martínez Fiestas: Profesor del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados.
- Bere Casillas: Empresario y especialista en Elegancia 2.0
- Salvador Vilalta Blanco: Socio Director Comercial Agrupalia.
- José Antonio Rodríguez Salas: Alcalde de Jun.
- Rebeca Romero: Inoff Comunicación.
- David Fernández: Inoff Comunicación.
- Además participarán personal de los Departamentos de Marketing de las principales empresas granadinas: Puleva, Cervezas Alhambra, Caja Granada y Caja Rural de Granada.

## PROGRAMA

1. INTRODUCCION
  - De la web 1.0 a la 2.0: del marketing 1.0 al 2.0
  - El origen y la revolución de las redes sociales
  - Nuevos términos de los Social Media y de la web 2.0
2. PLATAFORMAS SOCIAL MEDIA MARKETING
  - Definición y ventajas.
  - Situación actual de los Social Media.
  - Comportamiento de las empresas españolas ante el Social Media
  - Casos a analizar: Facebook, Twitter y LinkedIn
3. OPORTUNIDADES EMPRESARIALES Y PROFESIONALES DE LOS SOCIAL MEDIA
  - Nuevas profesiones de la mano de la web 2.0
  - Community Manager
  - Coolhunter
  - Filosofía empresarial: El Social Media en la empresa o subcontratado.
4. OPORTUNIDADES PARA EL CONSUMIDOR:
  - Word of Mouth marketing
  - Buzz Marketing
  - Crowdsourcing
  - Crossuser: el consumidor de nueva generación
5. MESA REDONDA.