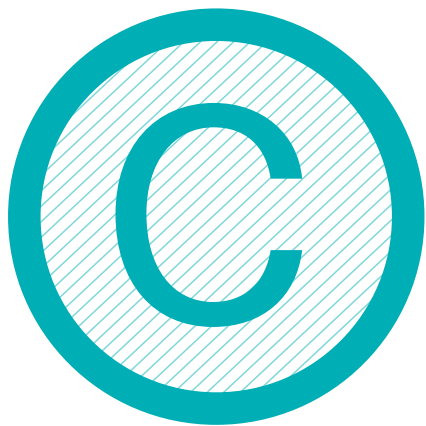




**7, 9 14 i 16
novembre/11
Barcelona**

Durada

16 hores

Horari

De 9.30 a 14.00 hores

Destinataris

Responsables polítics, directius i personal amb responsabilitat en les àrees de comunicació i qualsevol membre de l'organització municipal amb vocació de comunicar correctament.

Inscripcions

El termini d'inscripció finalitza el **27 d'octubre de 2011**. La inscripció és gratuïta i el nombre de places és limitat.

Per a la selecció de les inscripcions, es tindrà en compte la cobertura territorial (s'afavorirà la participació del major nombre d'ajuntaments possible) i l'ordre de recepció. La formalització de la inscripció es farà mitjançant el formulari que trobareu al web de la Federació: **www.fmc.cat**

Certificat

Es lliurarà un certificat a qui acrediti l'assistència a un 80% de les hores lectives del curs.

Lloc de realització

IDEC (Institut d'Educació Contínua)
Universitat Pompeu Fabra
Balma, 134
Barcelona

Com promocionar el patrimoni cultural/turístic/ social mitjançant les noves Tecnologies

Objectius

- Conèixer les tècniques i eines que a dia d'avui ens ofereix internet per fer promoció cultural, turística, social i/o econòmica a la xarxa.
- Ser conscient del perfil i habilitats que cal que tingui un dinamitzador on-line.
- Descobrir formes de fer publicitat d'organismes, empreses o esdeveniments a la xarxa. Comunitats virtuals i xarxes socials.
- Aprendre a gestionar els continguts a la xarxa.
- Gestionar la reputació on-line.
- Posicionar-se als cercadors i als mitjans socials.
- Aprendre a mesurar els objectius a la xarxa.

Programa

1. Introducció

- Filosofia
- Què busquem amb aquest curs?
- Resum del temari i calendari del curs
- Diferències entre els àmbits de promoció cultural, turisme, social i econòmic
- Els públics als quals ens dirigim

2. Perfil del tècnic que pot fer les tasques de dinamitzador

- Habilitats que ha de tenir el dinamitzador on-line
- Realment això és nou?
- Comunitats virtuals i xarxes socials
- Per què crear comunitat? Què cal fer a la comunitat
- Objectius i estratègia als mitjans socials
als mitjans socials

3. Publicitat als mitjans socials

- Diferències i avantatges de la publicitat als mitjans socials
- Tipus de publicitat a les diferents plataformes
- Optimització de campanyes a *Facebook*

4. Les xarxes socials i l'empresa/administració/organització

- El rol del dinamitzador on-line a l'organització
- Possibles estructures del dinamitzador
- Polítiques de xarxes socials a l'organització
- El dinamitzador i els proveïdors

5. Estratègies de contingut

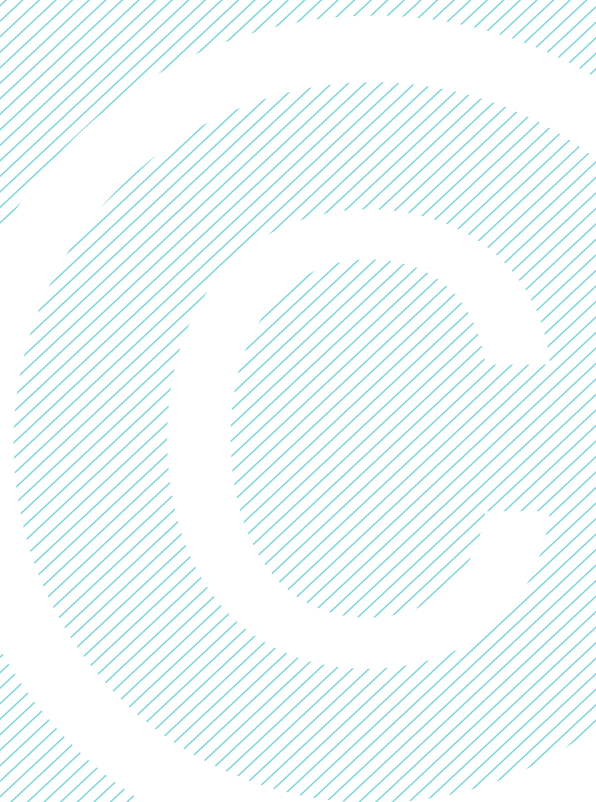
- Què és contingut
- Estratègia de creació de continguts
- Els blocs dins de l'estratègia de continguts
- Tipus i usos de blocs
- Plataformes per a la creació de blocs
- Creació i gestió dels blocs
- Exemples

6. Els mitjans socials

- Evolució de la web
- Categorització i mapa de canals socials
- Principals Canals socials: *Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, tuenti*, altres xarxes més especialitzades
- Pràctiques
- Aplicacions i eines útils
- Integració de plugins i funcionalitats al nostre web

7. Gestió de comunitats on-line

- Importància de la comunicació amb els usuaris
- Què no s'ha de fer mai
- Què s'ha de fer sempre
- Importància del feedback
- Gestió de crisis
- Pràctiques de comunicació amb els usuaris



Programa

8. Per què un usuari forma part d'una comunitat?

- Rols dels usuaris
- Formes de recompensar-los
- Aspiració de l'usuari social

9. SMO (social media optimization)

- Què són el SEO & SMO
- Plataformes socials que ajuden a SEO
- Optimització de cada plataforma
- SMO i *Linkbaiting*
- Casos Pràctics de SMO
- Anàlisi de SMO de la competència
- Mesurament de l'aportació de SMO al SEO

10. Gestió de la reputació on-line

- Per què és tan important la reputació on-line?
- *Google* i reputació on-line
- Monitorització Web de la reputació. Eines
- Estratègia de presència on-line
- Importància del dinamitzador sobre la reputació on-line
- Creació d'un observatori de reputació on-line. Com funciona?
- Plataformes de publicació de continguts on-line
- Eines per mesurar la reputació
- Treball sobre els missatges negatius
- Importància del SEO en la reputació on-line
- Casos pràctics: management de reputació on-line
- Alguns articles legals relacionats amb la reputació on-line
- La reputació on-line i la competència

11. Mesurament de ROI a les xarxes socials

- Establiment d'objectius de màrqueting, a curt i mitjà termini, mesurables i realistes
- Eines de mesura i seguiment: motorització i acumulació de dades
- Diferenciació entre xarxes: què cal mesurar i com fer-ho
- Anàlisi de la informació: com extreure conclusions concretes de l'allau de dades
- Valoracions: El repte de convertir dades numèriques en els objectius desitjats

12. Un món en constant evolució

- Com continuar estant informat?
- Blocs, conferències, llibres, classes, matèries per completar
- He de vendre la meua imatge on-line?

Docent

Miquel Saperas Tuset. Tècnic en disseny i creació multimèdia per la UOC, tècnic en sistemes automàtics i programables i tècnic en informàtica de gestió. És soci fundador i responsable comercial des de fa 10 anys d'Avellana Digital, empresa de serveis d'internet. Ha estat cap de projectes a ReadySoft i World Online i a Agbar Global Market i director creatiu a Webb Communications a Nova York.

Organitza

Federació de Municipis de Catalunya

Col·labora

GBC Comunicació Corporativa

