

INSCRIPCIÓN Y MATRICULA

Tanto la Inscripción como la matrícula serán del 2 de abril al 19 de mayo, vía internet: <http://www.enegocios.ua.es/>, o directamente, en la Secretaría de la Escuela de Negocios (Fundación General Universitaria). Edificio Germán Bernacer. Planta Primera. Horario de 9 a 14 horas y de 16 a 18 horas.

PLAZAS LIMITADAS

Las plazas de matrícula se adjudicarán por riguroso orden de inscripción.

INFORMACIÓN

Secretaría Administrativa del Curso:

Escuela de Negocios. Fundación General Universitaria

Edificio Germán Bernacer. Planta primera

Universidad de Alicante

Campus de San Vicente del Raspeig

03080-ALICANTE (ESPAÑA)

Tlfn: 965 909373

Fax: 965 909369

Web de la Secretaría: <http://www.enegocios.ua.es>

Web del Curso:

<http://www.enegocios.ua.es/deje/master/gestionpublica/>

E-mail: escuela.negocios@ua.es

HORARIO: lunes a viernes de 9 a 14 horas y 16 a 18 horas

Clarke, Modet & C^o

Suma


FUNDACIÓN
EUROAMÉRICA


fundaciónnortempo
todos los sueños tienen una forma

 GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE SOLIDARITAT I CIUTADANIA

 Universitat d'Alacant Fundació General
Fundación General
Universidad de Alicante

PROGRAMA DE POSTGRADO Y ESPECIALIZACIÓN
EN GESTIÓN Y DIRECCIÓN PÚBLICA

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN SOBRE

REDES SOCIALES

Iniciativas Públicas a través
de las Redes y Medios Sociales

MAYO

Viernes 20 (tarde) Sábado 21 (mañana)

AULARIO I

Universidad de Alicante



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

PRESENTACIÓN

La nueva web 2.0 ha cambiado la forma mediante la que las administraciones públicas se ponen en contacto con la ciudadanía. Las iniciativas públicas han encontrado en las redes y medios sociales un medio de promoción excepcional donde además se cuenta con una participación ciudadana tan activa como crítica.

En el presente curso se expone una panorámica de este nuevo escenario y se entrena a los asistentes para saber trabajar en el mismo con eficacia.

OBJETIVOS

Enseñar a emplear las diferentes herramientas de la Web 2.0 para difundir las diferentes iniciativas públicas. Mostrar cómo se pueden establecer conversaciones con los ciudadanos y lograr un aumento de la participación de los mismos en la gestión pública.

DIRIGIDO A

El curso está dirigido a toda persona interesada en familiarizarse con el manejo de las redes sociales. Especialmente recomendado para estudiantes universitarios, políticos, funcionarios, personas que ocupen puestos directivos, o mandos intermedios en el Tercer Sector Social y también en empresas y servicios públicos.

IMPARTIDO POR



Mar Monsoriu

Consultora especializada en Redes Sociales (autora de tres libros sobre la materia) y en implementar todo tipo de estrategias de Marketing en Internet para empresas y organizaciones. Tiene una experiencia de veinte años en el sector trabajando por medio de la empresa Laticencia SL de la que es fundadora. Es docente además de esta temática en cinco másteres oficiales y en diversas Escuelas de Negocios.

SESIONES

El Curso consta de dos sesiones, de cuatro horas cada una, que se desarrollarán el viernes 20 de mayo (16:30-20:30 horas) y el sábado 21 (09:30-13:30 horas).

PRECIO DE LA MATRICULA

200 euros

CERTIFICACIÓN

Todos los participantes que hayan seguido con aprovechamiento las dos sesiones programadas, recibirán un título de especialización de la Universidad de Alicante denominado: "Certificado de Estudios en Iniciativas Públicas a través de las Redes y Medios Sociales".

PROGRAMA

- 1.- Iniciativas Públicas: Eventos, Proyectos, Servicios, Organismos y Empresas públicas.
- 2.- Nuevo escenario de comunicación pública 2.0
- 3.- Open Government / Open data
- 4.- Qué son las redes sociales: tipos
- 5.- Iniciativas públicas a través de Facebook
- 6.- Iniciativas públicas a través de redes sociales profesionales.
- 7.- ¿Cuándo y porqué incorporar otras redes de nicho?
- 8.- Qué son los medios sociales: tipos
- 9.- Presencia pública en Wikipedia: normas, recomendaciones y ejemplos.
- 10.- Difusión de iniciativas públicas a través de Twitter
- 11.- Otros canales de difusión (Delicious, Youtube, Flickr, etc.)
- 12.- Comunicación pública en la Web 2.0: de la conversación a la gestión de las crisis.
- 13.- Geolocalización de eventos, organismos y dependencias públicas.
- 14.- Aplicaciones móviles al servicio del ciudadano
- 15.- Libros de estilo y reputación digital
- 16.- Registro y valoración cuantitativa y cualitativa de la comunicación pública.
- 17.- Sinergias con otras herramientas de Marketing en Internet