

## Título: Cómo crear una campaña de marketing en medios sociales

Destinatario	Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas
Institución	Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas
Nº de ediciones:	1 edición
Alumnos:	Máximo de 30 alumnos por edición
Horas lectivas:	Dos semanas   30 horas lectivas
Lugar:	A través de Internet: Campus de Formación Permanente de SEDIC (plataforma Moodle)
Fechas:	Por determinar
Horario:	Flexible y adaptado a las características individuales de cada alumno. El formato del curso es asíncrono. Los alumnos deberán conectarse a la plataforma de formación para ir accediendo y descargando los materiales teórico-prácticos.
Profesorado:	<p>NATALIA ARROYO VÁZQUEZ   Consultora independiente</p> <p>Natalia Arroyo es Doctora en Documentación por la Universidad de Salamanca. Ha trabajado durante más de diez años en la Fundación Germán Sánchez Ruipérez como ayudante de documentación y responsable de medios sociales y actualmente ejerce como consultora independiente.</p> <p>Especialista en medios sociales y tecnología móvil para centros de información, tiene una larga experiencia formando al personal bibliotecario en estos temas, sobre los que ha publicado numerosos artículos en revistas especializadas y comunicaciones en congresos, encuentros y jornadas profesionales. Es autora de los libros Información en el móvil y Pinterest para bibliotecarios y del Informe APEI sobre movilidad.</p> <p>Colabora con la revista El profesional de la información, es miembro del Grupo ThinkEPI y publica habitualmente en el blog Biblioblog.</p>
Presentación y objetivos:	<p>Presentación</p> <p>Los medios sociales se han convertido en un importante canal para difundir la actividad de las bibliotecas y otros centros de información. Sacarles el máximo partido es posible si se dominan sus principales funciones y se plantea una estrategia adecuada para alcanzar los objetivos que se persiguen.</p> <p>Si quieres atraer a nuevos seguidores en tus perfiles en los diferentes medios sociales, promocionar un nuevo servicio en tu biblioteca o centro de información o aumentar el tráfico de la colección, entre otras cosas, este es el curso que necesitas.</p>

En él aprenderás todo lo necesario para crear una campaña de marketing efectiva a través de los medios sociales: cómo planificarla de forma realista, plantear acciones atractivas y coherentes y medir sus resultados, cuáles son las principales utilidades de los Facebook, Twitter y otros medios sociales para el marketing y varios ejemplos de éxito.

A diferencia del plan de medios sociales, que delimita el marco general para la actuación de una marca, las campañas de marketing son acciones puntuales que tienen un objetivo muy concreto. Este curso de carácter práctico está planteado para que puedas sacarle todo el provecho posible a tus perfiles en medios sociales.

#### Objetivos

- Aprender a crear una campaña de marketing en medios sociales efectiva
- Conocer las principales utilidades de los medios sociales para la elaboración de campañas de marketing
- Practicar las fases de una buena planificación para una campaña de marketing

#### Destinatarios

- Este curso está dirigido a profesionales de las bibliotecas y la documentación, estudiantes de las titulaciones de Biblioteconomía y Documentación y a todos aquellos interesados en los contenidos del curso

#### Programa:

##### Mód. 1: Marketing en medios sociales

- 1.1. Introducción a los medios sociales
- 1.2. Conceptos básicos de marketing online
- 1.3. Marketing en los servicios de información
- 1.4. Qué es y qué no es una campaña de marketing

##### Mód. 2: La campaña de marketing

- 2.1. Planificación de una campaña de marketing
- 2.2. La estrategia
- 2.3. Medir los resultados de la campaña
- 2.4. Tipos y ejemplos de campañas de marketing

##### Mód. 3: Utilidades para el marketing en los medios sociales

- 3.1. Redes sociales generales: Facebook y Twitter
- 3.2. Redes sociales basadas en imagen: Instagram, Pinterest y YouTube
- 3.3. Nuevas redes sociales
- 3.4. Otras utilidades para el marketing

Práctica: Planificación e implementación de una campaña de marketing en redes sociales