



MINISTERIO
DE HACIENDA
Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

INAP

INSTITUTO NACIONAL DE
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Itinerario de Especialista en Gestión de Redes Sociales y Marketing en Internet

Año 2013-2014

INDICE

1. BIENVENIDA	3
2. LA INSTITUCIÓN	3
3. SERVICIOS PARA EL ALUMNO	4
4. ITINERARIO DE ESPECIALISTA EN GESTIÓN DE REDES SOCIALES Y MARKETING EN INTERNET	4
4.1 DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN DEL PROGRAMA	4
4.2 FECHAS, HORARIOS Y LUGAR DE CELEBRACIÓN	5
4.3 OBJETIVO	6
4.4 CONTENIDOS DEL PROGRAMA	6
4.5 PROFESORADO	8
4.6 METODOLOGÍA Y MATERIAL DOCENTE	10
4.7 SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL ALUMNO	11
4.8 SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL PROFESORADO Y DE LA ORGANIZACIÓN 	11

1.- BIENVENIDA

Desde el **nacimiento de Internet** las administraciones locales han detectado la **necesidad de ampliar sus estrategias de comunicación a través de** dicho canal.

Con el nacimiento de la denominada **Web 2.0**, un concepto de internet más interactivo y dinámico, ha surgido la oportunidad de **interactuar** con su la sociedad y la necesidad de **posicionarse** en este canal. Las herramientas y novedades sobre éstas son tan amplias y constantes, que desde INAP se ha decidido dotar a los empleados públicos locales de los conocimientos y habilidades necesarias para una gestión de calidad de los servicios públicos locales.

Por ello, y analizando la situación actual, se ha creado el **itinerario de Especialista en Gestión de Redes Sociales y Marketing en Internet**, para que se puedan afrontar con los conocimientos necesarios la gestión de la presencia en Internet.

2.- LA INSTITUCIÓN

El Instituto Nacional de Administración Pública (INAP) es un organismo autónomo adscrito al Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, a través de la Dirección General de la Función Pública. Sus orígenes se remontan al Instituto de Estudios de Administración Local (IEAL), creado en 1940

El INAP, en su oferta formativa para 2013, continúa con la actualización permanente de los conocimientos y capacidades de los empleados públicos de las administraciones, garantizando el derecho a la formación continua recogida en el Estatuto Básico del Empleado Público.

La Subdirección de Programas Formativos en Administración Local con los itinerarios formativos pretende profesionalizar las diversas labores que desarrollan los empleados locales para mejorar la calidad de vida de los vecinos, propiciar la cohesión social y una democracia de alta calidad.

El itinerario como Especialista en Gestión de Redes Sociales y Marketing en Internet nace con la función de cualificar y apoyar, en el marco de la situación económica que estamos atravesando, la importante labor de comunicación con los ciudadanos y con los asuntos que les afectan.

3.- SERVICIOS PARA EL ALUMNO

Se ha desarrollado una metodología que incluye jornadas presenciales, formación online con vídeo-talleres en streaming y foros virtuales.

Las formaciones presenciales se impartirán en la sede de INAP y la formación online a través de la plataforma Moodle donde el alumno contará con los accesos necesarios para visualizar la documentación aportada para la formación.

4.- CURSO DE ESPECIALISTA EN GESTIÓN DE REDES SOCIALES Y MARKETING EN INTERNET.

4.1.- Dirección y coordinación del programa

La dirección del programa estará bajo la tutela de la subdirectora general adjunta de la Subdirección de Programas Formativos en Administración Local, Carmen Toscano.

La coordinación global del curso la llevará a cabo Jaime López-Chicheri en colaboración con Juan Merodio y Sara Herrera quienes participarán como tutores y profesores a lo largo de toda la formación.

4.2.- Fechas, horarios y lugar de celebración

Mes	Curso	Presencial	On line	Observaciones
Mayo 2013	Bases para el desarrollo de una estrategia de marketing en internet para las Administraciones públicas (C1)	6 horas 6 de mayo (10:00-14:00 y de 16:00-18:00)	19 horas De 7 a 16 mayo	Obligatorio para hacer C2
Junio 2013	Desarrollo, gestión y control de una presencia adecuada en Google para las Administraciones públicas (C2)	8 horas 17 de junio	19 horas 19 junio a 2 julio	Obligatorio para hacer C3, C4, C5 y C6
Julio 2013	Bases para el desarrollo de una estrategia de marketing en internet para las Administraciones públicas (C1)	6 horas 8 de julio (10:00-14:00 y de 16:00-18:00)	19 horas De 9 a 18 julio	Obligatorio para hacer C2
Septiembre 2013	Desarrollo, gestión y control de una presencia adecuada en Google para las Administraciones públicas (C2)	8 horas 2 de septiembre	22 horas De 4 a 17 septiembre	Obligatorio para hacer C3, C4, C5 y C6
Octubre 2013	El blog como piedra angular de la estrategia de contenidos para las Administraciones públicas (C3)	8 horas 7 de octubre	22 horas De 9 a 22 octubre	
Noviembre 2013	Facebook y LinkedIn: gestión práctica en el nivel de las Administraciones públicas (C4)	8 horas 4 de noviembre	22 horas De 6 a 18 noviembre	

4.3.- Objetivo general del programa

El **principal objetivo** del programa consiste en formar al alumno como especialista en cada una de las materias indicadas en el temario de forma práctica.

Como **Objetivos concretos** destacan:

- ✓ Ser capaz de diseñar y gestionar el mejor **plan de Marketing Online**, integrado, completo y operativo.
- ✓ Aprender a **posicionar** marcas en internet con eficacia y eficiencia en costes y a gestionar adecuadamente la reputación de una marca a la través de la red.
- ✓ Dominar las **redes sociales** en su relación con las organizaciones, tanto en relación con su mercado y clientes como en relación con sus empleados.
- ✓ Desarrollar **campañas publicitarias** de éxito.

Dado que el temario evoluciona de lo más básico a lo más complejo este curso está **dirigido a** un público muy amplio y con casos concretos de las administraciones públicas, cuyo único requisito consiste en tener un nivel básico de ofimática e internet.

4.4.- Contenidos del programa

C1.- Bases para el desarrollo de una estrategia de marketing en internet para las Administraciones públicas (2013).

- Bases del Marketing
- Bases del Marketing en Internet
- Legislación aplicable
- Conocer la importancia del Branding personal de los responsables de las administraciones y su equipo para el apoyo a la difusión de esta
- Desarrollo de un plan de acción dinámico e informes periódicos
- Casos de estudio de la gestión de administraciones públicas en Internet

La duración de esta unidad didáctica será de 11 días laborales con un total de 6 horas presenciales y 19 horas de trabajo virtual.

C2.- Desarrollo, gestión y control de una presencia adecuada en Google para las Administraciones públicas (2013).

- Análisis y gestión Proactiva de la reputación online a nivel de administración pública
- Estrategias de posicionamiento en Google (SEO y SEM)
- Estrategias de Geolocalización
- Importancia de la visibilidad en dispositivos móviles

- Analítica Web

La duración de esta unidad didáctica será de 11 días laborales con un total de 8 horas presenciales y 22 horas de trabajo virtual.

C3.- El blog como piedra angular de la estrategia de contenidos para las Administraciones públicas (2013).

- Elección y Redacción de contenidos
- Funcionamiento interno
- Papel en la estrategia de marketing en Internet

La duración de esta unidad didáctica será de 11 días laborales con un total de 8 horas presenciales y 22 horas de trabajo virtual.

C4.- Facebook y LinkedIn: gestión práctica en el nivel de las Administraciones públicas (2013).

- Creación y Gestión
- Aplicaciones
- Estadísticas y Medición
- Herramientas publicitarias
- Casos de estudio de la gestión de administraciones públicas en estas redes

La duración de esta unidad didáctica será de 11 días laborales con un total de 8 horas presenciales y 22 horas de trabajo virtual.

C5.- Twitter: gestión práctica en el nivel de las Administraciones Públicas (2014).

- Creación y Gestión
- Aplicaciones
- Estadísticas y Medición
- Herramientas publicitarias
- Herramientas profesionales de Gestión
- Casos de estudio de la gestión de administraciones públicas en esta red

La duración de esta unidad didáctica será de 11 días laborales con un total de 8 horas presenciales y 22 horas de trabajo virtual.

C6.- Otras redes sociales de interés para una Administración pública: Flickr, Google+ , Pinterest, Slideshare, Youtube

(2014).

- Creación y Gestión
- Aplicaciones
- Estadísticas y Medición
- Herramientas publicitarias
- Herramientas profesionales de Gestión
- Casos de estudio de la gestión de administraciones públicas en esta red

La duración de esta unidad didáctica será de 11 días laborales con un total de 8 horas presenciales y 22 horas de trabajo virtual.

7.- Jornada de repaso, presentación de proyecto y examen (2014).

- Repasar de manera global los conocimientos adquiridos por los alumnos
- Aportar Feedback sobre los proyectos realizados
- Evaluar los conocimientos adquiridos

4.5.- Profesorado

Jaime López-Chicheri

Socio-fundador de:

- ✓ **Marketing Surfers:** Empresa de Marketing Online que ha gestionado estrategias para más de 80 marcas en 4 años.
- ✓ **Buzzturistic:** Empresa de Buzz Marketing para el Sector Turístico.
- ✓ **EmprendeFinance:** Empresa dedicada a ayudar a emprendedores a conseguir financiación para sus proyectos.
- ✓ **Software4Hotels:** Empresa dedicada a facilitar a los hoteleros a encontrar el Software más adecuado para su negocio

Escritor del primer libro sobre **eCommerce, Revenue Management y Marketing Online** en Español para Hoteles.

Blogger en Jaimechicheri-revenue management.com

Ponente y Formador en diferentes Masters, Cursos, Eventos y Conferencias.

Juan Merodio

Socio-fundador de:

- ✓ **Marketing Surfers:** Empresa de Marketing Online que ha gestionado estrategias para más de 80 marcas en 4 años.
- ✓ **Grupo Ellas:** Red de webs dedicadas a la mujer en distintos sectores.
- ✓ **EmprendeFinance:** Empresa dedicada a ayudar a emprendedores a conseguir financiación para sus proyectos.
- ✓ **Invierteme:** La red donde los emprendedores dan visibilidad a sus proyectos, comparten pensamientos, hacen networking y donde los inversores conocen ideas interesantes en las que invertir

Blogger en JuanMerodio.com

Ponente y Formador en diferentes Masters, Cursos, Eventos y Conferencias.

Autor de cinco libros sobre Marketing 2.0 y Redes Sociales aplicados a la Empresa.

Sara Herrera Luna

SEOcial Media Manager en Marketing Surfers:

- ✓ Gestión de la presencia en Redes Sociales para **más 15 empresas**.
- ✓ **Elaboración y coordinación del Social Media Plan** para **más de 10 empresas** de diferentes sectores.
- ✓ **Asesoramiento y acompañamiento** en la gestión de Planes Estratégicos en Internet para más de 20 empresas de diferentes sectores.
- ✓ **Gestión del Posicionamiento en buscadores** de más de 25 páginas web y blogs.
- ✓ **Formación presencial y online** a empresas e instituciones de diversos sectores, y **ponencias** en escuelas para profesionales.

4.6 Metodología y material docente

Cada curso esta a su vez compuesto por una serie de **módulos y actividades**.

1. MODULOS:

Cada curso lleva asociado una documentación teórica que servirán para aprender el contenido teórico del curso y para desarrollar los

ejercicios de teóricos y prácticos los cuales se realizarán cuando el tutor así lo anuncie en el **foro de noticias** disponible en esa misma pantalla de inicio del curso.

- **Ejercicios teóricos:** Ejercicios de autoevaluación cuyo objetivo consiste en que el alumno compruebe por si mismo si ha afianzado los conocimientos plasmados en los contenidos teóricos.
- **Ejercicios prácticos:** Ejercicios que deberán elaborarse en base al caso práctico seleccionado y se entregarán de forma ordenada en el documento **"Plan de acción + Nombre del Alumno"** y se enviarán por email a saraherrera@marketingsurfers.com. Al final, este documento se convertirá en el Plan de Acción final del itinerario.

2. ACTIVIDADES:

En cada curso se llevarán a cabo las siguientes actividades (será el tutor quien anuncie estas con antelación):

✓ Talleres:

Sesiones de **video** en directo de **45 minutos** de debate o explicación sobre un tema relacionado con la materia a tratar en ese mes en cuestión. En caso de no poder asistir a la sesión el alumno podrá descargar la grabación de esta en la plataforma.

✓ Foros:

Debates en formato **Foro / chat** de **3 semanas** de duración sobre un tema relacionado con la materia a tratar en ese mes en cuestión.

4.7 Sistema de evaluación del alumno

De manera general, la ponderación para cada apartado del curso será la siguiente*:

- Los ejercicios prácticos supondrán un 60% de la puntuación total.

- El grado de participación e implicación de los alumnos en las actividades de foros, chat y videoconferencia en su caso deberá ser valorado entre un 40% de la puntuación final.

***NOTA:** En cada guía de estudio (o Syllabus) se marcarán las ponderaciones correspondientes a cada curso

4.8 Sistema de evaluación del profesorado y de la organización.

El alumno al finalizar cada uno de los módulos, evaluará la impartición del profesor, y una vez finalice el programa, deberá valorarlo en su conjunto de acuerdo al sistema de gestión de calidad. Para la evaluación de cada módulo, se le hará llegar al alumnado un cuestionario que deberá subir a la plataforma de la formación con sus anotaciones y valoración.