

# Web 2.0 en la Administración Local

---

## DURACIÓN

30 horas

## OBJETIVOS

- Conocer las diferencias entre web 1.0 y 2.0
- Conocer qué son las Comunidades virtuales y las redes sociales y las diferencias de cada una de ellas
- Como consecuencia de los cambios experimentados por Internet, veremos qué nuevos perfiles se han creado en torno a ella
- Conocer las características y la estructura de los contenidos en Internet
- Analizar el fenómeno blog desde el punto de vista corporativo
- Conocer las principales redes sociales y sus características
- Conocer las ventajas e inconvenientes de cada una de ellas
- Algunas técnicas para conseguir seguidores
- Conocer casos de éxito y de fracaso en redes sociales
- Saber las reglas que rigen los distintos formatos de Internet y aplicarlas para escribir textos y contenido apropiado
- Aprender conceptos básicos de Internet como netiqueta, spam, interactividad y saber lidiar con los mismos
- Establecer el alcance de la analítica web
- Conocer algunos términos relacionados con la analítica
- Visión general de Google Analytics como principal herramienta
- Como realizar analítica en las redes sociales
- Entender los principios fundamentales de la difusión en redes sociales
- Conocer las recomendaciones indispensables para un uso seguro de las redes sociales
- Conocer las principales herramientas del buscador Google
- Conocer e identificar las principales utilidades de un blog

## PROGRAMA DEL CURSO

### INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

1. ¿Qué es la web 2.0? De la web 1.0 a la web 2.0
  1. Introducción

2. Características de la web 1.0
  3. La web 2.0
  4. El término web 2.0 según Tim O'Reilly
  5. El manifiesto Cluetrain
2. El impacto en los modelos de comunicación. La era de la conversación digital
    1. Introducción
    2. ¿Qué es la comunicación?
  3. Comunidades virtuales. Definición, características y fundamentos
    1. Introducción
    2. Objetivos
    3. Tipos de comunidades virtuales
    4. ¿Qué beneficios aporta una comunidad virtual?
  4. Las redes sociales como nuevo medio. Definición y características. Diferencias entre comunidad virtual y red social
    1. ¿Qué es una Red social?
    2. La teoría de los Seis grados de separación
    3. Definiciones
  5. Perfiles profesionales de la web 2.0

## **LOS CONTENIDOS DIGITALES 2.0**

1. Internet como canal de comunicación
  1. ¿Qué es la comunicación?
  2. El caso de Internet
  3. Características propias de Internet
2. La redacción en entornos digitales
  1. Contextualización
  2. Desde el punto de vista narrativo
  3. Desde el punto de vista formal
  4. Generación óptima de contenidos
  5. Algunos consejos
  6. Cómo conseguir visitas en 7 pasos
  7. Aspectos a tener en cuenta
3. La lectura en Internet
4. El contenido audiovisual
5. El fenómeno de la blogosfera. El blog corporativo
  1. Introducción
  2. Las razones del éxito
  3. Tipos de blog
  4. ¿Qué es un blog?
  5. El blog corporativo

## **LAS REDES SOCIALES**

1. Clasificación de las redes sociales
  1. Introducción
  2. Tipos de redes sociales

3. Redes sociales más utilizadas
2. Facebook
  1. Introducción
  2. Aspectos más importantes de Facebook
3. Tuenti
4. Twitter
  1. Introducción
  2. Un lenguaje propio
  3. Seguridad en Twitter
  4. Gestión de listas en Twitter
5. Youtube
  1. Introducción
  2. Youtube y sus usos
  3. Youtube como red social
6. LinkedIn
  1. Introducción
  2. Actividad y contactos en LinkedIn
  3. Recomendaciones y grupos
  4. Empleo y Empresas
7. Otras redes sociales: Flickr, Myspace, Vimeo, Xing
  1. Flickr
  2. Myspace
  3. Vimeo
  4. Xing
  5. Botones sociales y agregadores de noticias
8. Las redes sociales como medio publicitario
9. ¿Cómo conseguir seguidores?
10. Casos de éxito
  1. PPT de Juan Merodio. Uso de las redes sociales aplicadas a empresas
  2. PDF de Victor Puig. Casos de éxito y tropiezos en la gestión de la Reputación Online

## **ESCRITURA EN LOS DISTINTOS FORMATOS DE INTERNET**

1. Libro de estilo para escritores 2.0
  1. Conceptos previos
  2. La figura del Community Manager
2. Escribiendo noticias en la red. Periodismo digital
  1. Introducción
  2. Diferencias del medio tradicional con el medio digital
  3. El periodista digital
  4. Cómo escribir noticias para la red. Características de este nuevo lenguaje
3. Escribiendo lenguaje publicitario en la red. Facebook
  1. De la publicidad off-line a la publicidad on-line
  2. Ventajas de la publicidad online

3. El lenguaje publicitario en Internet. Pautas de redacción
  4. Creación de boletines electrónicos
  5. Los usuarios/clientes ya no son como antes
  6. Facebook como plataforma comercial
4. Escribiendo un blog
    1. Estrategias para un blog exitoso
    2. Consejos para escribir un blog
  5. Escribiendo en Twitter
    1. Introducción a Twitter
    2. Particularidades
    3. Algunas pautas para el microblog
    4. Pautas para la redacción en Twitter
  6. Escribiendo en Foros. Hábitos de escritura (Netiqueta)
    1. Introducción
    2. Consejos para moverse por un foro
  7. Herramientas para escritores en la red

## **ANALÍTICA Y MEDICIÓN**

1. ¿Qué es la analítica web?
  1. Introducción
  2. La irrupción del Social Media
  3. Métricas fundamentales y otros parámetros
  4. Medición de resultados cualitativos
  5. Del ROI al ROR
2. Glosario de términos
3. Introducción a Google Analytics
  1. Introducción
  2. Pasos a seguir
4. La analítica en redes sociales
  1. Introducción
  2. Métricas para monitorizar la actividad
  3. Las estadísticas de Facebook
  4. Las estadísticas de Twitter

## **LA WEB 2.0 EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

1. Reflexiones sobre Administración pública y web 2.0
  1. Uso y aplicación administrativa: Gestión interna y colaborativa de los empleados municipales a través de redes sociales
  2. Seguridad en el uso de redes sociales por parte de la Administración
2. Google
  1. Historia del buscador
  2. ¿Cómo funciona Google?
  3. Estructura de la página de resultados de Google
  4. La web invisible

### 3. Blogs

1. El fenómeno blog. El microbloggin
2. Consejos para redactar un blog
3. Plataforma online para la creación de blogs