

# MARKETING Y REDES SOCIALES EN BIBLIOTECAS

JULIÁN MARQUINA

13 ENERO A 21 FEBRERO

CURSO MODALIDAD ONLINE

PARA MÁS INFORMACIÓN  
[WWW.ANABADCANTABRIA.COM](http://WWW.ANABADCANTABRIA.COM)



Cada vez son más importantes los medios sociales dentro de las bibliotecas. Los medios sociales permiten un contacto e interacción entre personas y bibliotecas inimaginable. Estamos en un mundo en el cual cada vez estamos más unidos, más conectados... y donde las fronteras geográficas y temporales se van diluyendo poco a poco.

Este curso online (25 horas) da un repaso general a la importancia de los medios sociales dentro de las bibliotecas, así como la buena gestión por parte de los encargados de su funcionamiento. Se centrará en los blogs, Twitter, Facebook, Pinterest, Instagram, YouTube, Periscope, el *email marketing* y WhatsApp. De cada una de estas plataformas se conocerán los detalles para su buen uso dentro de la estrategia social media de la organización. Para terminar, se verá cómo poner en práctica y elaborar un Plan Social Media dentro de la organización, así como la gestión, monitorización y medición de las plataformas sociales en las cuales se esté presente.

**Fechas:** Del 13 de enero al 21 de febrero

**Precio:** 65 € para socios de ANABAD-Cantabria y convenios. Otras personas interesadas: 85 €

**Observaciones:** el número máximo de alumnos para este curso será de 30, por riguroso orden de inscripción.

Aunque el curso empieza el día 13 de enero, os enviaremos las claves de acceso a la plataforma Moodle unos días antes y os pediremos que entréis en la plataforma antes de empezar para ver que funciona correctamente.

**La participación en los foros y la realización de prácticas conllevará el Certificado del curso de 25 horas.**

Se adjunta formulario de inscripción que debe ser enviado a [anabadcantabria@gmail.com](mailto:anabadcantabria@gmail.com), junto con el justificante de pago antes del 10 de enero

**Formador**

**Julián Marquina** es responsable de Comunicación de Baratz-Servicios de Teledocumentación, donde me encargo de la gestión, comunicación y dinamización de los medios online y offline de la empresa, así como de buscar nuevas líneas de comunicación y participación. Escritor del libro: Plan Social Media y Community Manager y del Informe APEI: Bibliotecas ante el siglo XXI: nuevos medios y caminos. Creador de RecBib – Recursos Bibliotecarios, de BiblogTécarios y de InfoTécarios.

Profesor en temas relacionados con social media, community manager y bibliotecas. Estoy diplomado en Biblioteconomía y Documentación y licenciado en Documentación por la Universidad Carlos III de Madrid, además de especializado en Dirección de Comunicación e Imagen corporativa por la UOC. Profesor en la UPF y profesor colaborador en la UOC. Colaborador de la Revista Desiderata.

**Objetivos:**

- Introducirse en el mundo de la web social, medios sociales y community manager.
- Adentrarse en el mundo de los blogs, Twitter, Facebook, Pinterest, Instagram, YouTube, Periscope, el *email marketing* y WhatsApp.
- Poder elaborar un plan social para una organización y conocer los protocolos y guías de actuación.
- Conocimiento de las principales plataformas y herramientas de monitorización, interacción y medición.
- Conocimiento de los principales datos de análisis de cada una de las plataformas vistas.

**Programa:**

- Tema 1. Web social, medios sociales y community manager.  
Tema 2. El blog... el medio social de los contenidos y la comunicación.  
Tema 3. Twitter... la red informativa para la visibilidad y el posicionamiento.  
Tema 4. Facebook... la red social para la interacción.  
Tema 5. Pinterest e Instagram. La organización de nuestras imágenes sociales y el acercamiento visual.  
Tema 6. YouTube y Periscope. Medios sociales para el entretenimiento y la exploración del mundo en directo.  
Tema 7. El *email marketing* y WhatsApp. Comunicación para la construcción de marca.  
Tema 8. Estrategia Social Media: Planificación y gestión.  
Tema 9. Herramientas de interacción y monitorización.  
Tema 10. Mide tu dedicación y esfuerzo en los medios sociales.