

Un curso de verano en las mejores redes

ARTURO MEDINA | GRANADA

Plazo. Hasta el 8 de julio de 2013, en la Fundación Universidad de Granada-Empresa.

Dirección. Plaza de San Isidro número 5. 18012 Granada.

Fecha. Se celebra del 15 al 26 de julio. Es un curso intensivo.

Sede. Edificio Real. Sede del Centro de Enseñanzas Virtuales de la Universidad de Granada.

Parte práctica. Se realizará en la sede del periódico Ideal.

Datos. 73 horas. 25 plazas. 349 euros para estudiantes y 375 para profesionales y profesores.

La existencia de la universidad más antigua y de mayor tamaño de Andalucía conjugada con el diario IDEAL, así como otros medios de comunicación y eventos de singular importancia e influencia en la Sociedad de la Información y el Conocimiento como las Jornadas de Blogs y Medios de Comunicación que organiza desde hace ya diez ediciones la APDA-Asociación de Periodistas Digitales de Andalucía en la Asociación de la Prensa de Granada, convierten a la ciudad de Granada en todo un referente en la enseñanza de los medios sociales y en su aplicación práctica.

Por esta razón, las dos instituciones, la universitaria y la empresa periodística, se unen para ofrecer este 'Curso intensivo sobre cómo usar y aprovechar profesionalmente la Web 2.0'. El objetivo es utilizar la Web 2.0 para mejorar el currículo. Es decir, pretende formar a profesionales de los medios de comunicación, estudiantes y a personas relacionadas con la comunicación en Internet, desde marketing a empresarios emprendedores.

Y se hace desde una doble vertiente. Tanto desde el ángulo periodístico como desde el aspecto tecnológico y, a su vez, se combina las sesiones de teoría, de debate y de práctica.

Sistematizar y enseñar

El director académico de este nuevo curso, el catedrático J. J. Merelo, explica la naturaleza y necesidad de una iniciativa de este tipo por el éxito del anterior curso desarrollado en invierno «y porque hay mucho de autoaprendizaje en las Redes Sociales que ahora se puede sistematizar y, por tanto, enseñar adecuadamente».

El director de Marketing de IDEAL, Pablo Madina, resalta de esta versión intensiva que «es una suma de liderazgos, donde la Universidad de Granada es un referente de conocimiento e innovación en Europa e IDEAL, donde se celebrarán las sesiones prácticas del curso, es el diario digital en habla hispana que ocupa en audiencia el número 14 en todo el mundo, el séptimo en España y el primero en Andalucía».

Destaca el ejecutivo de IDEAL que el objetivo del curso es que los alumnos se preparen para conseguir, a su vez, objetivos en el mercado, «como por ejemplo el de monetizar las acciones en redes sociales, es decir, lograr que el esfuerzo sea rentable». Por ello, explicó, se ha pensado en aportar a esta iniciativa de la Universidad de Granada «el liderazgo que tiene IDEAL. Y los alumnos, podrán aprender en nuestras instalaciones durante las sesiones prácticas trabajarán el campo de la comunicación con periodistas que difunden y captan informaciones a través de los medio sociales».

Asimismo, «participarán desde otros departamentos de la empresa editora de IDEAL en la preparación de campañas de comunicación, de marketing y en la elaboración de soluciones a los clientes». En suma, con este curso «conjugamos la experiencia de IDEAL con el conocimiento de la Universidad de Granada», concluyó.

Salidas profesionales

Una de las claves del curso es el conjunto de profesores, un grupo escogido completamente multidisciplinar que combina la experiencia práctica en el día a día de los medios con las más novedosas iniciativas empresariales o los profesores universitarios con experiencia en docencia e investigación en la Web 2.0.

De hecho, si en algo coincidieron todos los participantes del profesorado de este curso es en que las Redes Sociales han servido para dar más trabajo a los que las utilizan «pero la recompensa merece la pena», pero, asimismo, «también han servido para generar nuevos puestos de trabajo», como explica el sastre granadino y profesor de este curso, Bere Casillas, quien señala «las dos vertientes de las Redes Sociales como innovadoras sociales y creadoras de yacimientos de empleo».

Bere Casillas explica por ejemplo que necesita empleados formados en la gestión de la comunicación y la conversación generada a través del uso intensivo de las Redes Sociales «y que esta utilización nos genera una cuota muy importante de mercado en un momento de crisis. Nos llevan a lugares que nunca hubiéramos pensado que podríamos alcanzar, como por ejemplo una contraportada del diario nacional El País o, simplemente, estar sentado hoy aquí en esta mesa de debate». «Y esto nos genera negocio y necesitamos profesionales formados en estos nuevos campos». Esta experiencia y otras más son las que Bere Casillas explica durante sus clases en el curso. Conocimiento desde la práctica y casos de éxito para que sean realmente útiles a los alumnos.