



OBJETIVOS

- 1.1 Reconocer los diferentes tipos de medios sociales
- 1.2 Comprender el uso de los diferentes tipos de medios sociales
- 1.3 Visualizar la esencia de las diferentes plataformas de Medios Sociales
- 1.4 Beneficios de los medios sociales como fuente de noticias: Organizaciones con fines de lucro

INTRODUCCIÓN:

Los mercados han existido desde hace miles de años como punto de encuentro de personas de diferentes culturas. El mundo está cambiando debido a la globalización, y las empresas internacionales se apoderan de los mercados e imponen sus reglas. La alternativa para la pequeña empresa es añadir valor a sus productos, promoviendo el consumo responsable y creando alianzas con clientes cercanos donde las redes sociales juegan un papel importante.

1ª Sesión:

1) ¿Cuántos tipos de redes sociales conoces? (M1) y ¿Cómo utilizar las redes sociales para promover los negocios (M5)?

Mira en tu portátil la [historia de la evolución de las redes sociales](#) y luego ponte a prueba con este test ([enlace](#)).

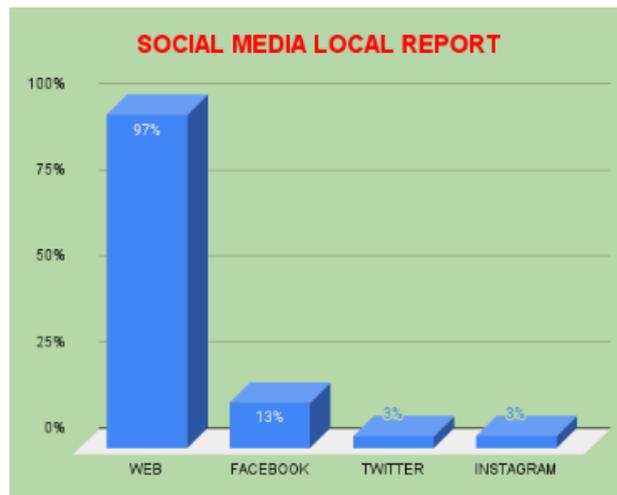
Empecemos:

2) Ahora, queremos saber cómo los pequeños comercios se están adaptando a los cambios globales analizando qué redes sociales se utilizan en sus negocios.

Lee esta lista de [pequeños comercios tradicionales](#) y prepara una ruta para visitar algunos de ellos usando [google maps](#) (min 4 lugares) . queremos saber dónde se encuentran los negocios tradicionales. (Punto de partida: Plaza del Mercadal. La duración estimada del recorrido no debe superar los 30 min.)



3) Después de esto, ayudados por esta web, [lista de compras](#) , analizar cómo se están adaptando a las nuevas tecnologías y su relación con el cliente. [Usa este informe](#)



4) Prepara el perfil de tu "avatar" del cliente y las preguntas que necesitarás en el próximo reto relacionado con los objetivos (Revisa las etiquetas de las preguntas en grupo).

Utiliza esta [App](#) para hacer un perfil de cliente ([Ejemplo de perfil de cliente](#))

Paula



Job Title
Teacher

Age
25

Highest Level of Education
Master's degree

Social Networks

- f
- @
- t
- in
- p

Industry
School

What advantages does proximity trade offer you?

- Quality
- Exclusive Products
- After-sale service

How do you prefer to communicate with vendors/other businesses?

- Facebook
- Instagram
- Face-to-face

What information do you look in a local business?

- Hours / Phone and address / photos ...

Social networks help cooperativeness and encourage responsible consumption?

Sometimes

Satisfaction degree with your local trade

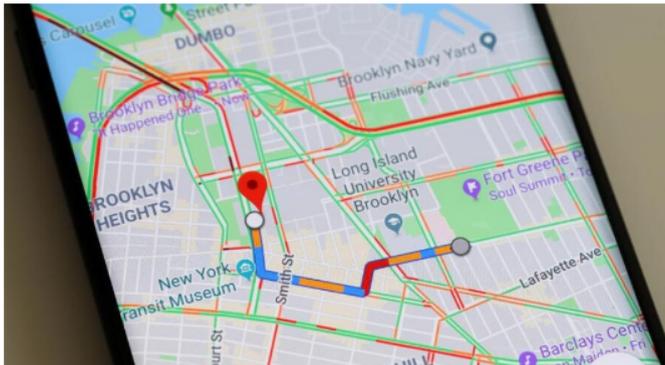
Very satisfied

2ª Sesión: Acercamiento al comercio local / Una visita a Reus

Actividad: Siguiendo la ruta anterior de google maps, hacer una "Encuesta" dirigida a los clientes qué encontrarán siguiendo su pista.

(Ir a la plaza del Mercadal: 15 min , 45 min de encuesta + 30 min de pista + 15 de vuelta a IE Pi del Burgar: Total actividad 1h:45min) .

Haz tus propias fotos de los lugares que has visitado y comprueba que coinciden con las programadas. Estas deberán ser incluidas en la presentación final.



PROPUESTA CREATIVA

3ª Sesión: Recoge toda la información y sube el enlace.

Producto: Una presentación con PREZI.

Título: Informe local de medios sociales (Nombres de grupos)

Su ruta en google map y el gráfico en excel sobre su informe de social media.

Las diferentes secciones (1 por miembro del grupo) deben incluir

Fotos de negocios (cada uno junto al negocio elegido)

Contenido: Una breve explicación de la actividad del negocio y su uso de las redes sociales (logotipos de la red utilizados).

Perfil del cliente: Avatar sobre los clientes en el negocio o cerca de ellos.

Conclusión. No olvides este apartado: Compara los perfiles con los de los miembros de tu grupo y extrae tus conclusiones, recomendaciones o consejos relacionados con los objetivos anteriores.

Exemples Projecte d'alumnes:

Prezy SM Group 1
Prezy SM Group 2
Prezy SM Group 3