ÍNDICE

PRÓLOGO / 8 - 17

1. INTRODUCCIÓN / 18 - 21

1.1. Principios generales

1.2. Recomendaciones de uso de las redes sociales para empleados de la Universidad de Sevilla

1.3. Seguridad de las cuentas oficiales

2. CREACIÓN DE CUENTAS EN REDES SOCIALES / 22 - 29

2.1. Procedimiento de solicitud de alta de cuentas de redes sociales

2.2. Criterios para la denominación de cuentas que utilizan @ para su nomenclatura

2.3. Criterios para la descripción de la biografía

2.4. Criterios de creación de la identidad visual en redes sociales

2.5. Cuentas inactivas

2.6. Uso indebido de la marca US

3. POLÍTICA DE ETIQUETAS Y MENCIONES / 30 - 31

3.1. Criterios generales para la creación de *hashtags*

3.2. Criterios generales para las menciones

4. CONSEJOS Y NORMAS DE ESTILO EN LA UTILIZACIÓN DE HERRAMIENTAS 2.0 / 32 - 41

4.1. Principios generales de redacción

4.2. Contenidos

4.3. Actualización y mantenimiento

4.4. Horarios de publicación

4.5. Gestión de comentarios y mensajes directos

4.6. Normas generales para la comunicación en crisis

5. FACEBOOK / 42 - 45

5.1. Denominación de cuentas en Facebook
5.2. Imagen de perfil y de portada
5.3. Recomendaciones de uso
5.4. Contenidos

6. TWITTER / 46 - 49

6.1. Denominación de cuentas en Twitter
6.2. Imagen de perfil y de portada
6.3. Recomendaciones de uso
6.4. Contenidos

7. INSTAGRAM / 50 - 53

7.1. Denominación de cuentas en Instagram
7.2. Imagen de perfil y de portada
7.3. Recomendaciones de uso
7.4. Contenidos

8. YOUTUBE / 54 - 57

8.1. Denominación de cuentas en Youtube
8.2. Imagen de perfil y de portada
8.3. Recomendaciones de uso
8.4. Contenidos

9. PINTEREST / 58 - 61

9.1. Denominación de cuentas en Pinterest
9.2. Imagen de perfil y de portada
9.3. Recomendaciones de uso
9.4. Contenidos

10. LINKEDIN / 62 - 65

10.1. Denominación de cuentas en Linkedin
10.2. Imagen de perfil y de portada
10.3. Recomendaciones de uso
10.4. Contenidos

EPÍLOGO / 66 - 69

BIBLIOGRAFÍA / 70 - 71