

RESOLUCIÓN C.S. N°:575/2022

Avellaneda, Pcia. de Buenos Aires

VISTO:

El Expediente Electrónico N°1531/2022, la Resolución C.S. N°151/2018; y

CONSIDERANDO:

Que la Resolución C.S. N°151/2018 aprobó la creación del "Programa de Formación en Oficios" en el marco de la Secretaría de Extensión Universitaria.

Que la Secretaria de Extensión Universitaria, Lic. Liliana Elsegood, eleva al Consejo Superior para su tratamiento y aprobación el dictado del curso de extensión universitaria Gestión de Redes Sociales y de Comunicación (community manager).

Que tras la revolución del avance tecnológico en la actualidad es fundamental tener conocimientos sólidos acerca de marketing online, publicidad, comunicación, tecnologías 2.0, etc, para tener una práctica profesional con una visión profunda de los medios, la comunicación y sus componentes.

Que la aprobación sobre el dictado del curso de referencia no implica erogación alguna para la Universidad Nacional de Avellaneda.

Que habiéndose puesto en consideración de los Consejeros la procedencia del dictado del acto

administrativo que ordene aprobar el dictado del curso de extensión mencionado, sin mediar objeciones, resulta aprobado por unanimidad en la Sesión N°CIII el requerimiento que motiva las presentes actuaciones.

Que la Comisión Permanente de Enseñanza e Investigación del Consejo Superior ha tomado la intervención que le compete proponiendo el dictado de la presente resolución.

Que se ha expedido la Abogada dictaminante.

Que la presente se dicta contando con la plena conformidad de los integrantes del Consejo Superior, y en pleno uso de las facultades atribuidas a través del Estatuto Universitario en su artículo 39.

POR ELLO,

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE AVELLANEDA

RESUELVE:

ARTÍCULO N°1: Aprobar el dictado del Curso de Extensión Universitaria Gestión de Redes Sociales y de Comunicación (community manager), que se adjunta como ANEXO I y forma parte integral de la presente resolución.

ARTÍCULO N°2: Delegar en la Secretaría de Extensión Universitaria las gestiones relativas a la ejecución y la expedición de los certificados correspondientes.



ARTÍCULO N°3: Regístrese. Comuníquese a la Secretaría de Extensión Universitaria y a la Secretaría de Consejo Superior. Cumplido, archívese.

RESOLUCIÓN C.S. N°:575/2022

Secretario de
Consejo Superior

Presidente de
Consejo Superior

ANEXO I

Curso de Extensión Universitaria de Gestor de Redes Sociales y Comunicación (community manager)

Nombre: Gestor de Redes Sociales y Comunicación.

Gestión Administrativa: Programa de Inclusión Educativa, Escuela de Oficios "Saúl Ubaldini", Secretaría de Extensión Universitaria, UNDAV.

Gestión académica / Implementación de la Modalidad: Secretaría de Extensión Universitaria.

Modalidad Presencial.

I - Características del Curso:

La propuesta apunta a generar sujetos con la capacidad de gestionar Redes Sociales y de comunicación, rol también llamado en el ámbito de las plataformas web como Community Manager (CM).

El curso apunta a formar al estudiante a gestionar, moderar y desarrollar comunidades en torno a una marca en Internet, haciendo uso de los nuevos canales de comunicación que representan los medios sociales.

La propuesta tiene como objetivo poner en práctica las labores que desempeña esta figura, obteniendo una visión general y práctica sobre marketing

online y una visión profunda de los medios sociales y sus posibilidades como herramienta de marketing.

En este sentido las competencias que adquirirá durante su trayecto formativo serán entre otras cómo y cuándo publicar contenidos, dónde y cómo moderar un foro, escribir correctamente un blog, gestionar una crisis en medios sociales, etc.

También se proveerán herramientas para que el estudiante adquiera las habilidades necesarias para crear una estrategia acorde a los objetivos de una empresa, ejecutarla, mantenerla y medir sus resultados. Es un curso teórico-práctico orientado a tu preparación como profesional.

La revolución que ha supuesto para las marcas y organizaciones la web social o 2.0. Deriva en una necesidad cada vez mayor de integrar en su organigrama empresarial la figura del Community Manager.

II- Personas destinatarias:

- Personas que quieren dedicarse profesionalmente al Community Management.
- Empresarios responsables de Pymes y autónomos que quieren adentrarse en el Social Media con una sólida formación que les permita optimizar sus acciones.
- Profesionales que buscan complementar su perfil

profesional con algunas de las competencias más demandadas en las tecnologías de la comunicación.

- Profesionales interesados en introducirse en las posibilidades de desarrollo de su imagen de marca en redes sociales.
- Titulados en periodismo, comunicación audiovisual, sociología, ciencias políticas, arte, técnicos e informáticos. Personas interesadas en el mundo de las Nuevas Tecnologías y entornos digitales.
- Estudiantes de carreras terciarias y universitarias.
- Y para todos aquellos usuarios de Redes Sociales que quieran hacer de su afición una profesión de futuro.

III- Perfil:

Profesionales encargados de gestionar, moderar y desarrollar comunidades en torno a una marca en Internet, haciendo uso de los nuevos canales de comunicación que representan los medios sociales.

El destinatario incorporará conocimientos sólidos sobre marketing online, publicidad, comunicación; como así también de las tecnologías 2.0 y las posibilidades que aportan las redes sociales. Se estimulará la formación de un profesional creativo, resolutivo, que pueda gestionar planes de marketing 2.0, dinamizar y trabajar en equipo.

En esta línea el CM incorpora conocimientos para saber cuándo publicar contenidos, dónde, cómo moderar un foro, escribir correctamente un blog, gestionar una crisis en medios sociales, etc. Pero también aprenderás a crear una estrategia acorde a los objetivos de una empresa, ejecutarla, mantenerla y medir sus resultados.

IV- Carga Horaria:

Este curso cuenta con una carga horaria de 32 horas reloj.

Duración: 1 cuatrimestre

Cursada: 1 día por semana - 2 hs.

V- Objetivos:

- ✓ Crear profesionales capaces de crear, desarrollar y mantener comunidades virtuales mediante la adquisición de los conocimientos teóricos necesarios y la elaboración y análisis de una serie de casos y actividades prácticas.
- ✓ Ser capaz de tener una visión clara sobre las Redes Sociales, sus aplicaciones, posibilidades y manejo para su aprovechamiento empresarial.
- ✓ Aprender a definir una estrategia a seguir para llevar a cabo eficazmente una campaña en Redes Sociales conociendo las herramientas, técnicas y

métricas más importantes del Community Manager.

- ✓ Introducir conceptos generales sobre las distintas redes sociales y las herramientas que ofrece cada una para llevar adelante un proyecto de comunicación integral.
- ✓ Comprender los roles y funciones de un Community Manager.

Plan de Estudios

VI- Modalidad de Cursada:

100% Presencial

VII - Organización Curricular:

El curso se desarrollará en 1 cuatrimestre, contará con un total de 16 encuentros de 2 horas cada uno, y tendrá una carga horaria total de 32 horas reloj.

VIII - Programa:

Contenidos mínimos

Unidad 1: Introducción al Marketing en Internet

INTERNET COMO CANAL DE MARKETING

- Internet: Un Canal de Comunicación Masiva e Interactiva
- Marketing Online
- Herramientas de Marketing en Internet

PLANIFICANDO UNA CAMPAÑA DE MARKETING ONLINE

- La campaña de marketing online
- Agentes que intervienen en una campaña de marketing online
- Modelos de pago en campañas de marketing online
- Estrategias de Campañas de Marketing Online

Unidad 2: Marketing en medios sociales

¿POR QUÉ DEBERÍAMOS ESTAR EN MEDIOS SOCIALES?

- Web 1.0 y web 2.0.
- Los medios sociales: historia y evolución.
- El nuevo consumidor. El usuario hiperconectado.
- La figura del community manager, puente entre marcas y prosumidores.
- Aspectos legales relacionados con el community management

CONSTRUYE TU MARCA

- Gestión de marcas corporativas y de marca personal
- Storytelling

ESCRIBIENDO PARA LA WEB

- Creación e inteligencia colectiva en la red: foros, wikis, blogs...
- Técnicas de escritura online.

PREPARA TU PLAN DE MEDIOS SOCIALES

Medios

- Conexión entre usuarios: Facebook, Twitter, LinkedIn...
- Contenido audiovisual: Instagram, YouTube, Snapchat, Periscope, Spotify, Souncloud...
- Geolocalización: Google MyBusiness, TripAdvisor, Yelp, Foursquare, Swarm...
- Curación de contenido: Pinterest y otras herramientas.
- Telegram, Whatsapp y Messenger, medios de comunicación instantáneos.
- Youtubers.
- LinkedIn.
- Google My Business vs Local Guides

Plan de acción

- Creación del Plan de Medios Sociales (PMS)
- Casos de éxito y buenas prácticas sectoriales.

Unidad 3: Community Management

Conoce la salud de tu marca.

- Monitorización: escuchando las redes.
- Control de la reputación online.
- Gestión de crisis. Casos de éxito y fracaso
- Mide y analiza tus resultados.
- Analítica: estadísticas de resultados.

Organiza tu día a día.

- El día a día del community manager.
- Listado de herramientas y apps de utilidad.

Trabajo Transversal y Complementario: Casos prácticos

- Los alumnos irán haciendo casos prácticos durante todo el curso.
- Especialmente se pondrá interés en la realización de un caso práctico consistente en la creación, mantenimiento y desarrollo de una comunidad virtual real o ficticia con la que poner



paulatinamente en práctica los conocimientos adquiridos durante el curso.

IX- Equipo Docente:

Docente UNDAV:

- Matías Hernán Gonzalez.

RESOLUCIÓN C.S. N°:575/2022

Secretario de
Consejo Superior

Presidente de
Consejo Superior