



UNC

Universidad  
Nacional  
de Córdoba



CEA

Centro  
de Estudios  
Avanzados

## VISTO

La propuesta presentada por el Dr. Javier Blanco, Secretario de Políticas Universitarias de ADIUC-CONADU, para el curso de actualización **"Seminario-Taller de introducción práctica para la gestión de redes sociales de instituciones y organizaciones"**, que fuera dictado por Leandro Groshaus, integrante del Equipo de Comunicación de la Ciencia de la UNC especializado en desarrollo de redes sociales con soporte en internet, el 23 de marzo de 2016 con una duración de 10 (diez) horas; y

## CONSIDERANDO

Que el curso de actualización forma parte de la propuesta académica del Programa de Posgrado de Formación Docente Gratuita implementado entre el Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba y la Asociación de Docentes e Investigadores Universitarios de Córdoba (ADIUC);

Por ello;

### LA DIRECTORA DEL CENTRO DE ESTUDIOS AVANZADOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA RESUELVE:

**Artículo 1º:** Aprobar el dictado del curso de actualización **"Seminario-Taller de introducción práctica para la gestión de redes sociales de instituciones y organizaciones"**, que fue dictado el 23 de marzo de 2016 con una duración de 10 (diez) horas; y

**Artículo 2º:** Autorizar a Leandro Groshaus a dictar el curso de actualización antes mencionado.

**Artículo 3º:** Protocolícese, pase para su conocimiento y efectos a los interesados y archívese.

**DADA EN LA DIRECCIÓN DEL CENTRO DE ESTUDIOS AVANZADOS DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA A OCHO DÍAS DEL MES DE ABRIL  
DE DOS MIL DIECISÉIS.**

**RESOLUCIÓN Nº: 054/2016**

  
Dra. ALICIA SERVETTO  
DIRECTORA  
Centro de Estudios Avanzados  
Universidad Nacional de Córdoba

**Tipo de actividad: Curso de actualización**

**Título de la actividad: “Seminario-Taller de introducción práctica para la gestión de redes sociales de instituciones y organizaciones”**

---

**Docente a cargo: Leandro Groshaus**

**Equipo docente: -**

**Cantidad de horas: 10 horas reloj.**

**Fundamentación:**

La presencia de internet en nuestras sociedades contemporáneas ha involucrado – entre otras dimensiones de su desarrollo- la generación de herramientas orientadas a la producción de contenidos, su puesta en circulación y la interacción entre usuarios. Las redes sociales, apoyadas en la evolución de la web, se han transformado en espacios clave para la visibilización y el posicionamiento público de determinados temas, problemáticas y actores sociales. Ello incide en las posibilidades de acceso a la información, el involucramiento y la movilización del público en torno a los contenidos a los que se accede.

En este marco, las instituciones y organizaciones requieren incorporar el uso de redes sociales al conjunto de preocupaciones sobre la comunicación, superando su desarrollo intuitivo e integrándolo a la definición de sus estrategias y políticas comunicacionales. En este sentido, es necesario conocer cada herramienta comunicacional y analizar sus posibilidades de uso y potenciales resultados.

**Objetivos:**

**General**

- Capacitar a los asistentes en gestión de redes sociales para fortalecer el desarrollo de estrategias comunicacionales de las instituciones y organizaciones en las que participan.

**Específicos**

- Comprender el marco contextual (cultural, comunicacional, económico-político, etc.) en el que se desarrolla internet y las redes sociales que se sustentan en éste.
- Construir mecanismos de información sostenibles orientados a visibilizar y afianzar temas de interés social.

**Contenidos:**

***Parte 1: Introducción***

---

- Contexto del mercado de Internet y redes sociales.
- Mapa de situación de las posibilidades y características del acceso a Internet en el país.
- Repaso de estadísticas de consumos culturales digitales
- Importancia de las redes sociales en los consumos culturales actuales

***Parte 2: La gestión de redes sociales en internet***

---

- Particularidades y características de las redes sociales más populares: Facebook, Twitter y YouTube
- ¿Cómo integrar las redes sociales a una estrategia de comunicación institucional?
- ¿Qué cosas pedirle a cada una?
- Usos y potencialidades de Facebook
- Diferencias entre perfil de usuario y Fan page
- Gestión de la Fan Page institucional
- Análisis del caso: Fan Page de la Universidad Nacional de Córdoba
- Cantidad y tipo de posteos diarios, particularidad y posibilidades de la herramienta, parámetros para la moderación de contenidos, contenido audiovisual, manejo del inbox y vínculo cotidiano con el usuario.
- ¿Quién es nuestro público y cómo interactúa con nuestro contenido?
- Cómo leer las estadísticas para evaluar profundizar el impacto de nuestra estrategia de redes sociales.
- ¿Cómo articular el Facebook con nuestro sitio web y con otras redes sociales?
- Promoción publicitaria de contenido específico
- Producción de informes de rendimiento

***Parte 3: Gestores de redes sociales***

---

- Características generales y uso. Demostración práctica
- ¿Cómo articular el Facebook con nuestro sitio web y con otras redes sociales?
- Promoción publicitaria de contenido específico
- Producción de informes de rendimiento
- Twitter, Youtube e instagran
- Características generales de uso

#### **Bibliografía:**

AA.VV. (2013) *Investigar las redes sociales. Comunicación total en la sociedad de la ubicuidad*. Octavio Islas y Paola Ricaurte (coordinadores). 1a ed. México, D.F., México. Razón y Palabra.-

Avalos Sandoval, K.P. (2013) "La gestión responsable de redes sociales digitales en las organizaciones", en *Revista Digital Universitaria*, 1 de Agosto de 2013, Vol. 14, Núm. 8. ISSN 1607 – 6079. Pp. 1-13. Disponible en <http://www.revista.unam.mx/vol.14/num8/art27/>

Corporación Somos Más (2007) *Guía para el fortalecimiento y articulación de redes de organizaciones sociales*. Versión 1.0. 77 p.

OEA (2009) *Guía de manejo de redes sociales en internet*. Disponible en: <http://portal.oas.org/LinkClick.aspx?fileticket=RHldC3cS3Qw%3D&tabid=1483>. 34 p.

World, P.C. "Redes sociales: beneficios y riesgos para la privacidad de los datos" [en línea]. *PC World México*. Abril 14, 2011. Disponible en: <http://www.pcworld.com.mx/Articulos/12591.htm>

#### **Modalidad de dictado y metodología de trabajo:**

El seminario-taller contará con una instancia de trabajo presencial (5 horas), destinada a la presentación por parte de los asistentes de experiencias vinculadas a la gestión de redes sociales, dudas, necesidades, inquietudes, etc., y al desarrollo de los contenidos propuestos.

Asimismo, se destinará una instancia de tutorías virtuales en las que el docente asesorará a los asistentes en el desarrollo de las estrategias comunicacionales en redes sociales en el marco de la institución u organización en la que participa.

**Metodología de evaluación:** No se prevé instancia de evaluación por lo que se acreditará exclusivamente la asistencia a la actividad. Para ello, el alumno deberá asistir al total de horas presenciales del seminario-taller.

**Requerimientos técnicos para el dictado:** computadora, cañón proyector, equipo de audio, etc.

Idealmente, aquellos asistentes que tengan notebooks y el acceso a la gestión de perfiles de sus instituciones, deberán llevarlas para favorecer la instancia de capacitación.

**Fecha tentativa:** 23 de marzo de 2016.