

PROPUESTA DE MÓDULO – 2023

TÍTULO: Social Media Manager

Tipo De Trayecto: Módulo

Justificación:

La pandemia ayudó a consolidar las tendencias que se venían desarrollando en el mundo digital. Aun así, y pese a los vertiginosos avances en todas las plataformas tecnológicas y herramientas del mundo online, hay un elemento que permanece inalterable, que pocos entienden y demostró ser una necesidad primordial durante esos meses de encierro: la comunicación. Este módulo explorará a fondo la comunicación digital en el ámbito del marketing contemporáneo. Se abordarán desde los conceptos fundamentales hasta la creación y ejecución de estrategias efectivas en línea. Cada instancia será respaldada con prácticas, evaluaciones y retroalimentación, garantizando la comprensión y aplicabilidad de cada tema.

Competencias a desarrollar por el estudiante:

- Al finalizar el cursado el estudiante debería:
- Ser capaz de crear y gestionar contenido en plataformas de redes sociales, así como de aplicar estrategias de fidelización.
 - Aplicar estrategias de planificación y ejecución de campañas publicitarias en línea, interpretar datos y métricas para tomar decisiones informadas.

Contenidos a desarrollar:

Temas	Carga horaria (h)		semana
	lectiva	autónoma	
<ul style="list-style-type: none"> • Conceptos y Tendencias en Marketing Digital. • Introducción a la Comunicación Digital • Diversidad de Comunicación Digital: Exploración de Tipos, Plataformas, y Códigos • Importancia de la Comunicación Efectiva: Estrategias de Posicionamiento • Identidad Digital. 	2	4	1
<ul style="list-style-type: none"> • Los 5 Pasos de una Estrategia de Comunicación. • Desmitificando el Social Media: Errores y Realidades 	2	3	2

<ul style="list-style-type: none"> ● Superando Obstáculos en la Comunicación Online ● Paso 1: <ul style="list-style-type: none"> ○ La investigación como punto de partida ○ Análisis FODA y PESTEL- Definición de Objetivos de Comunicación ○ Distinguiendo Usuario, Cliente y Consumidor. ○ Marca, producto y servicio. Generaciones actuales 			
<p>Paso 2 (parte 1): Canales - Mercado - Recursos y herramientas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Características de Web, CMR, Email Marketing, Newsletter, Blog, Webinar, Podcast. ● Taller: El buyer persona, qué es, para qué sirve y cómo construirlo. ● Construcción del buyer persona del proyecto individual. 	2	4	3
<p>Paso 2 (parte 2):</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, TikTok y LinkedIn. ● Posicionamiento en internet: Search Engine Optimization - Search Engine Marketing ¿qué hace la gente en las redes? (puente, nexos, comunicación, descubrimiento, acto) 	1	4	4
<p>Paso 3 (parte 1):</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Creación de contenidos y Engagement ● El mix de contenidos - El meme ● Fórmulas para la creación de contenido 	1	3	5
<p>Paso 3 (parte 2):</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Producción de contenido. ● Elección del tono según el tipo de posicionamiento y cada medio online. ● Nociones de diseño, fotografía y videos ● Teoría de la viralidad ● Herramientas de producción. Inteligencia Artificial. ● Storytelling y redacción - La promesa - Títulos que nunca fallan. 	1	5	6
<p>Paso 4: Organización y gestión de contenidos</p>	1	3	7

<ul style="list-style-type: none"> ● Sistematización ● Calendario ● Equipo de social media ● Cotización del social media ● Social listening y Benchmark - reportes ● Gestión de la Experiencia del Cliente 			
Paso 5: Analítica, ética y legalidad <ul style="list-style-type: none"> ● Herramientas y Métricas de Evaluación ● Informes y Aspectos Legales ● Manejo de Conflictos y Críticas 	1	3	8
Carga horaria: lectiva 11 h, autónoma: 29 h. Carga horaria total: 40h			

Bibliografía:

- . Google (2023) Ayuda de Search Console: <https://support.google.com/webmasters/answer/35769?hl=es>
- . Facebook IQ (2023) <https://insights.fb.com/morethanamessage/>
- . Instagram business (2023) <https://business.instagram.com>
- . Isaza, Juan (2023) Tendencias 2023: <https://juanisaza.wordpress.com/>
- . Kotler, Philips (2019) Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital. España: Lid Editorial.
- . LinkedIn (2023) <https://business.linkedin.com/marketing-solutions>
- . Mann, Sil (2020) Click ¡caja! Argentina: Editorial Quixote.
- . Mann, Sil (2020 y 2022) Tendencias. Argentina: Editorial Quixote.
- . X business (2023) <https://business.twitter.com/>
- . We are Social (2023) Digital 2023 - Essential insights into how people around the world use the internet, mobile devices, social media and e-commerce. Estados Unidos. <https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2023/03/Digital-2023-Global-Overview-Report.pdf>

Modalidad de cursado

Este módulo se desarrollará en formato combinado, con actividades presenciales, sincrónicas remotas y virtuales asincrónicas, utilizando el aula virtual moodle. En los encuentros presenciales (sincrónicos virtuales o físicos) se realizarán actividades de acercamiento a la información y ejercicios prácticos. Las estrategias de enseñanza

incluyen: aplicación en situaciones prácticas, análisis de casos, grupos de trabajo, procesos de investigación, diseño de proyectos y presentación, entre otras.

Carga horaria: 11 h lectivas y 29 h de trabajo autónomo, totalizando 40 h de esfuerzo, equivalentes a 1,33 créditos académicos.

Cronograma de dictado: Este módulo tiene 8 encuentros de 1 a 2 h de duración, a desarrollarse en forma virtual sincrónica y con una frecuencia semanal. Duración total: 8 semanas.

Requisitos de ingreso:

Personas con secundario completo, con manejo de recursos básicos de ofimática.

Tener aprobado el módulo INTRODUCCIÓN A CAMPUS NORTE UNC.

Destinatarios:

Personas que trabajan en el campo del marketing y la publicidad y desean especializarse en la gestión de redes sociales.

Emprendedores que desean aprender a administrar las redes sociales de sus propios negocios para aumentar su presencia en línea.

Estudiantes de Marketing y Comunicación que buscan adquirir habilidades específicas en marketing digital y gestión de redes sociales.

Personas que trabajan en el campo de la comunicación y desean ampliar sus habilidades en el ámbito de las redes sociales.

Profesionales independientes y Consultores Digitales que trabajan como consultores y desean ofrecer servicios de gestión de redes sociales a sus clientes.

Personas que desempeñan roles de RRHH y desean aprender a utilizar las redes sociales para el reclutamiento y gestión de la marca empleadora.

Cualquier persona interesada en capacitarse como Social Media Manager.

Recursos y habilidades necesarias para el cursado

Los cursantes deberán tener acceso a dispositivos tecnológicos digitales tales como teléfonos inteligentes, computadora personal o tabletas y conectividad para la asistencia a los encuentros sincrónicos y para el desarrollo de las tareas asignadas.

Cupo: mínimo de 10 y un máximo 20 estudiantes.

Modalidades de evaluación:

La valoración de los aprendizajes se realizará durante toda la cursada del módulo a partir de entregas parciales de actividades que el cursante irá realizando. Mediante devoluciones y retroalimentaciones se orientará al cursante con las actividades y desafíos cognitivos propuestos. También se realizarán evaluaciones de control de lectura y comprensión del material de trabajo a través de instrumentos estructurados diseñados para tal fin. La evaluación final del módulo será integradora y consiste en una producción que ponga en evidencia la concreción de los objetivos alcanzados a lo largo del curso.

Requisitos de aprobación:

Asistencia al 100% de las actividades sincrónicas.

Aprobación de evaluaciones parciales con un % superior a 70.

Aprobación de actividad final integradora (evaluación sumativa)

Se prevé una instancia de recuperación en caso de no aprobar la evaluación sumativa.

MODELO DE CERTIFICADO:

El Campus Norte de la Universidad Nacional de Córdoba

Certifica que (APELLIDO Y NOMBRE COMPLETO)

DNI xxxxxxxxxxx

ha finalizado el módulo

“Social Media Manager”

aprobado por Resolución ...XXXX., con una carga horaria de cuarenta (40) horas reloj,
equivalente a 1,33 créditos académicos.

Por tal motivo se certifica la demostración de las siguientes competencias:

Crea y gestiona contenido en plataformas de redes sociales y aplica estrategias de fidelización.

Aplica estrategias de planificación y ejecución de campañas publicitarias en línea, además de interpretar datos y métricas para tomar decisiones informadas.

Optimiza el contenido y el sitio web para motores de búsqueda, así como para mejorar el ranking y la visibilidad en línea.

Córdoba, ... de de 2023

Firma Directora Académica

Firma Prorector