



Universidad de Guadalajara

Departamento de Humanidades, Artes y Culturas Extranjeras

PROGRAMA DE ESTUDIO POR COMPETENCIAS FORMATO BASE

1. IDENTIFICACIÓN DEL CURSO

Centro Universitario

Centro Universitario de los Lagos

Departamento:

Departamento de Humanidades, Artes y Culturas Extranjeras

Carrera:

Lenguas y Culturas Extranjeras

Academia:

Lengua, Arte y Literatura

Nombre de la unidad de aprendizaje (nombre de la materia)

Community manager y gestión de redes sociales

Clave de la materia:	Horas de teoría:	Horas de práctica:	Total de Horas:	Valor en créditos:
IK372	20	40	60	6
Tipo de curso:	Nivel en que se ubica:	Carreras relacionadas	Prerrequisitos:	
Taller	Pregrado			

Área de formación

Elaborado por:

Comité curricular

Actualizado por:

Luz Alejandra Aguiñaga Torres | 17 de enero de 2023

2. PRESENTACIÓN

Este taller busca que los estudiantes identifiquen las fortalezas que tienen las redes sociales para posicionar proyectos y generar comunidad.

3. UNIDAD DE COMPETENCIA (objetivo general)

Adquirir habilidades y herramientas para desarrollar estrategias de comunicación y gestión de los medios sociales de cualquier empresa o institución con el propósito de dinamizar el social media, monitorear su audiencia y configurar sus planes de interacción.

4. SABERES

Saberes Prácticos	Realiza, con herramientas de software libre, el <i>branding</i> del medio
Saberes teóricos	Conoce la importancia de la figura del Community manager

Saberes formativos	El alumno conoce los pasos a seguir para presentar un proyecto ejecutivo de gestión de redes sociales.
---------------------------	--

5. CONTENIDO TEÓRICO PRÁCTICO (temas y subtemas)

1. Estrategias en Facebook
1.1 Comenzar y enriquecer una comunicación efectiva
1.2 Identificación de audiencia, creación de contenidos e interacción
1.3 Promociones y concursos
1.4 Ejemplos de crisis y éxito
1.5 Estadísticas
2. Estrategias en Twitter e Instagram
2.1 Construcción de identidad
2.2 Cómo conseguir participación
2.3 Uso de <i>hashtags</i> y menciones para crecer la comunidad
2.4 Estadísticas
2.5 Reels e historias (Instagram)
3. Herramientas para social media
3.1 Medir, monitorear, programar y automatizar: <i>Sproutsocial, Hootsuite, Bitly, Tweet Binder, Trendinalia, Klout</i>
3.2 Configuración de redes
3.3 Agenda de publicaciones
3.4 Monitoreo de clientes potenciales
4. Diseño de contenidos multimedia
4.1 Anuncios de <i>Facebook</i> : tipos y diseño
4.2 Optimizar el tiempo de campaña
4.3 Lives para redes sociales
4.4 TikTok
5. Tareas del Social Media Manager
5.1 Plan de trabajo, presupuesto y perfiles del equipo

6. ACCIONES

--

ELEMENTOS PARA LA EVALUACIÓN

7. Evidencias de aprendizaje	8. Criterios de desempeño	9. Campo de aplicación
Lecturas de "Community manager-maestros de la web"	Identifica: 1.Las funciones del community manager 2.Qué debe saber un CM 3.Herramientas para crear y organizar contenidos en redes sociales	En medios de comunicación, difusión y gestión cultural
Proyecto ejecutivo de redes sociales	Identifica claramente: Misión, visión, valores, esquema FODA, competencia, clientes potenciales, estrategias de posicionamiento, identidad gráfica, uso de hashtag y palabras clave, plan de contingencia, tabla de contenidos, análisis de transmisiones en vivo (lives), métricas y, finalmente, conclusiones.	En medios de comunicación, difusión y gestión cultural
Análisis de las redes sociales de los compañeros de grupo	Identifican: Características, periodicidad de las publicaciones, utilización de hashtag, impresiones personales de lives, información del medio e interacción con la comunidad.	En medios de comunicación, difusión y gestión cultural

10. CALIFICACIÓN

Investigaciones, opiniones, trabajos	40%
Examen departamental	20%
Participación en clase	10%
Trabajo final	30%

TOTAL	100%
--------------	-------------

11. ACREDITACIÓN

Acreditación: Para tener derecho a examen ordinario el alumno deberá cumplir con un 80% de las asistencias y actividades registradas durante el curso. Para tener derecho a examen extraordinario el alumno deberá cumplir con el 65% de las asistencias y actividades registradas durante el curso.

De acuerdo con la normatividad los talleres no tienen la posibilidad de realizar exámenes extraordinarios.

Asimismo, esta materia puede ser acreditada por competencias para lo cual el alumno deberá registrar su solicitud en el departamento al cual pertenece la materia, de acuerdo con el calendario escolar vigente.

Esta materia también puede ser sujeta a revalidación, acreditación o convalidación de acuerdo con la normatividad vigente.

12. BIBLIOGRAFÍA

BÁSICA

- Redondo, María; Rojas, Pedro, *Cómo preparar un plan de media social marketing*, Gestión 2000, 2013. Formato ePub
- Moreno, Manuel, *El gran libro del Community Manager*, Gestión 2000, 2013.
- Rodríguez Fernández, Óscar, *Curso de Community Manager*, Anaya Multimedia, 2016.
- Maciá, Fernando, *Marketing online 2.0: Cómo atraer y fidelizar clientes en Internet*, Anaya Multimedia, 2013.
- Rodríguez, Josué, *Marketing digital: 7 negocios exitosos online*, Editorial Imagen, 2017.
- Marote, Daniel, *OrganicSM. La forma natural de hacer Social Media Marketing*, 2013

COMPLEMENTARIA

- Lambrechts, Débora, *Community manager-maestros de la web*, Maestros de la Web 2011.