

# PROYECTO: Diplomatura en Community Manager

**DEPENDENCIA: FADECS – UNCo**

RESPONSABLE DE LA COORDINACIÓN:

Lic. Sofía Alicio - Universidad Nacional de Córdoba (UNC).

## **FUNDAMENTACIÓN:**

La constante transformación de los hábitos cotidianos en el uso de la tecnología conlleva a diseñar nuevas estrategias para captar el interés de los usuarios en los distintos mensajes que emiten instituciones, entidades públicas, organizaciones del sector privado y el creciente desarrollo del sector emprendedor en toda la región de Latinoamérica y, especialmente, en Argentina.

En el contexto mundial, la expansión de los medios digitales de comunicación y la reciente pandemia, aceleró el surgimiento de nuevas figuras, perfiles y espacios, además de la aparición de nuevas formas de participación social, económica y política.

La “nueva normalidad” abre paso a plantear distintos interrogantes a la hora de pensar cómo aprovechamos las nuevas tecnologías de la información y comunicación para generar mayor y mejor sociabilidad.

La transformación se profundizará con la inminente popularización de servicios integrados de sociabilidad 2.0 a través de los dispositivos móviles. Ese será el momento de quiebre definitivo de los compartimentos estancos que antes se llamaban “ámbitos” educativo, laboral, de esparcimiento. A partir de ahora todos estos espacios coexisten en uno solo que es la vida mediatizada a través de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Ante este emergente contexto atravesado por el nuevo paradigma de comercialización y socialización, el mercado laboral demanda técnicas/os y profesionales idóneos que dominen el lenguaje digital, las nuevas formas de lectura en pantallas y la distribución de contenidos en línea y contenidos jurídicos mínimos de este nuevo marco.

En este sentido, los contenidos propuestos en la formación tienen como objetivo profesionalizar el aporte de estas/os actoras/es sociales en su ejercicio como Gestores de Redes Sociales en ámbitos públicos, privados, organizaciones sin fines de lucro y en micro

emprendimientos.

En un contexto donde, cada vez más, millones de personas realizarán sus consumos directamente a través de sus propias redes sociales, desde esta formación se busca aportar herramientas para entender las lógicas de funcionamiento, comprender los lineamientos futuros y capacitarse para poder convertirse en una/un eficaz administradora/or de contenidos dentro de una comunidad virtual. Es cada vez más, una salida con serias posibilidades de convertirse en alternativa laboral para muchas/os comunicadoras/es, especialistas en márketing e incluso otras/os profesionales formados en ciencias sociales.

El presente proyecto de diplomatura corresponde a una instancia de formación avanzada, donde se invitará a las/los asistentes a profundizar y adquirir herramientas que les permitan destacarse en el campo del profesional de la comunicación digital, con especialidad en la producción de contenidos para redes sociales.

#### **OBJETIVO GENERAL**

Brindar una instancia de formación profesional orientada a la adquisición de habilidades de comunicación digitales, con especialidad en la creación y gestión de comunidades digitales en diversas instancias de *la* organización.

#### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Aportar herramientas concretas e indispensables para gestionar una comunidad virtual. ● Presentar distintas estrategias de comunicación digital afines a los objetivos a cumplir por cada organización en proceso de diagnóstico.
- Analizar estrategias de posicionamiento para los distintos tipos de organización. ● Incorporar miradas transdisciplinarias que aporten veracidad y sustento a planes de comunicación digital para los distintos sectores.
- Ofrecer un conocimiento teórico-operativo integral sobre el manejo de herramientas para la gestión de redes sociales.
- Aportar una base en conceptos jurídicos para la protección de contenido en Internet. ● Brindar herramientas de autogestión a las personas en formación para presentar propuestas de servicios a terceros.

#### **MODALIDAD DE DICTADO:**

En el marco del contexto socio-económico actual atravesado por la aparición del virus COVID 19 , se propone un cursado 100% a distancia a través de la plataforma PEDCO perteneciente a la Universidad Nacional del Comahue.

Se estipula que el dictado se realizará bajo modalidad semestral, con un total de 120 horas según art. 9 Ordenanza 0491/19.

En cuanto a las plataformas que se utilizarán para el dictado en directo de los contenidos teóricos, se utilizará la herramienta "Zoom" y para la entrega de trabajos prácticos, además de las consultas individuales de quienes cursen la diplomatura del presente proyecto, se empleará la plataforma de la Universidad Nacional del Comahue.

#### **DOCENTES INVITADOS:**

- Lic. María Florencia Soto (politóloga y master en Asesoría de Imagen).
- Lic. Clara Trillini (especialista en Comunicación Institucional y en Email Marketing).
- Lic. Camila Silva (diseño industrial y especialista en identidad visual de organizaciones).
- Abog. Sofía Szechenyi (Abogada y escribana)
- Ing. Paula Toselli (ingeniera en sistemas y docente de Sistemas de la Información).
- Lic. Josefina Trecco (comunicadora institucional).
- Tec. Paola Vidal (especialista en anuncios y segmentación de público en Facebook e Instagram).
- Lic. Vanesa Brombin (especialista en comunicación digital)

#### **DESTINATARIOS Y CONDICIONES DE ADMISIÓN:**

La diplomatura está destinada a personas que desean insertarse en el campo laboral en la disciplina de la Comunicación Digital, altamente demandada a raíz del nuevo paradigma de la transformación digital que se acrecentó en el año 2020 con el inicio de la pandemia.

También, está dirigido a personas que ya cuentan con herramientas previas de las plataformas digitales de interacción o aquellas que deseen ampliar sus conocimientos con relación a temática de Marketing Digital, Email Marketing y Branding.

Los contenidos brindados en la presente formación estarán diseñados especialmente para público general con conocimientos iniciales en materia de Gestión de Redes Sociales, estudiantes, egresados de carreras afines a la Comunicación, Diseño, Marketing y Ciencias Sociales en general que deseen complementar su formación universitaria con las herramientas que demanda principalmente el ámbito privado, las organizaciones sin fines de lucro y demás entidades para una eficiente comunicación entre las organizaciones y sus distintos públicos.

Si bien la presente diplomatura de extensión no constituye una carrera universitaria y por lo tanto no otorga título habilitante para el ejercicio profesional, el contenido propuesto durante el proceso permitirá a las personas que se inscriban adquirir herramientas de comunicación digital que les permitirán desempeñarse en algunos de los roles más demandados por el sector privado como el del gestor de contenido en redes sociales y otras prácticas afines.

Será requisito fundamental ser mayor de 18 años y estar vinculado con la temática en forma directa o indirecta.

**CUPOS:** Se establece un cupo máximo de 70 cursantes por comisión.

En caso de superar el número de inscriptas e inscriptos, se preverá el armado de una segunda comisión.

#### **INGRESO:**

Para la inscripción a la Diplomatura se requiere:

- 1- Enviar un mail a: [inscripciones.extension@fade.uncoma.edu.ar](mailto:inscripciones.extension@fade.uncoma.edu.ar)
- 2- Cumplir con los requisitos formales de inscripción.

Para la Admisión a la Diplomatura se requiere:

- 1- Tener aprobado el nivel medio o ciclo polimodal de enseñanza.
- 2- Ser mayor de 18 años

#### **PLAN DE ESTUDIOS CON CONTENIDOS BÁSICOS**

El proceso de formación se dividirá en seis módulos. Cada módulo concentrará 20 horas reloj teóricas y prácticas. Se propone un dictado de cinco horas semanales de cursado, y la carga horaria restante establecida se destinará a lectura, desarrollo de trabajos prácticos y participación en espacios de intercambio.

**MODULO I: Introducción a la Comunicación Digital:** Nuevos escenarios de comunicación digital. Concepto de Omnicanalidad, gamificación y UX experience. Análisis de nuevas habilidades a desarrollar en el ecosistema social actual que se nutre de usuarios “prosumidores” con habilidades “multitarea”.

**MODULO II: Ejes del desarrollo de identidad visual en marcas y construcción de discursos visuales en diferentes perfiles de cuentas en Redes Sociales.** Análisis de símbolos desde una perspectiva de abordaje interdisciplinario entre diseño gráfico, politología y la planificación estratégica.

**MODULO III: Herramientas digitales para la gestión de comunidades digitales.** Presentación y puesta en práctica de recursos digitales aptos para el ejercicio del rol del Community Manager en los diferentes procesos de comunicación de las organizaciones, marcas o entidades para las cuales desempeñe su labor.

**MODULO IV: Email Marketing, SEO, Anuncios en Facebook e Instagram.**

Iniciación en la estrategia de mayor grado de conversión actual: Email Marketing (presentación de las distintas plataformas para llevar adelante su implementación, cómo gestionar correctamente una lista de suscriptores, cómo potenciar el crecimiento de dicha lista y cómo redactar campañas efectivas). Aproximación al SEO (Search Engine Optimization) para mejorar posicionamiento orgánico de los contenidos realizados por el community manager en buscadores. Generación de campañas publicitarias en Facebook e Instagram.

#### **MÓDULO V: Regulaciones y Derecho en Comunicación.**

Claves para proteger derechos de autoría respecto a contenidos en Internet y una primera aproximación para adquirir herramientas que permitan a las y los estudiantes interpretar términos legales.

#### **MÓDULO VI: Herramientas de autogestión para la gestora y el gestor de las comunidades digitales (marca personal).**

Aproximación a conceptos y recursos necesarios para desarrollar y gestionar un proyecto profesional sostenible y ejecutable entorno a la gestión de redes sociales, en base a las aspiraciones de cada interesada e interesado en la presente formación.

#### **CRONOGRAMA DE CURSADO**

<b>CLASES</b>	<b>MÓDULOS</b>	<b>DOCENTES</b>	<b>HORAS</b>
Miércoles	Acto de apertura	Equipo de coordinación y autoridades	30 min ( no computables para carga horaria)
	Módulo 1: dictado de contenido teórico en vivo	Alicio y Trecco	3 h
	Módulo 1: dictado de contenido teórico en vivo	Alicio y Trecco	3 h
	Módulo 1: dictado de contenido teórico en vivo	Alicio y Trecco	3 h

	Módulo 1: dictado de contenido teórico en vivo	Alicio y Trecco	3 h
--	--	-----------------	-----

	Modulo 1: Tutoría grupal en vivo	Alicio y Trecco	3 h
	Módulo 1: repaso con trabajo práctico	Alicio y Trecco	5 h
	Módulo 2: dictado de contenido teórico en vivo	Silva y Soto	3 h
	Módulo 2: dictado de contenido teórico en vivo	Silva y Soto	3 h
	Módulo 2: dictado de contenido teórico en vivo	Silva y Soto	3 h
	Módulo 2: dictado de contenido teórico en vivo	Silvia y Soto	3 h
	Módulo 2: tutoría grupal en vivo	Silvia y Soto	3 h
	Módulo 2: repaso con trabajo práctico- en vivo	Silva y Soto	5 h
	Módulo 3: dictado de contenido teórico en vivo	Toselli y Alicia	3 h
	Módulo 3: dictado de contenido teórico en vivo	Toselli y Alicia	3 h
	Módulo 3: dictado de contenido teórico en vivo	Toselli y Alicia	3 h

	Módulo 3: dictado de contenido teórico en vivo	Toselli y Alicia	3 h
	Módulo 3: tutoría grupal en vivo	Toselli y Alicia	3 h
	Módulo 3: repaso con trabajo práctico	Toselli y Alicia	5 h
	Módulo 4: dictado de contenido teórico en vivo sobre Email Marketing	Trillini	3 h
	Módulo 4: dictado de contenido teórico en vivo sobre Email Marketing	Trillini	3 h
	Módulo 4: dictado de contenido teórico en vivo sobre Email Marketing	Trillini	3 h
	Módulo 4: dictado de contenido teórico en vivo sobre Email Marketing	Trillini	3 h
	Módulo 4: Creación de anuncios de Facebook e Instagram	Vidal	3 h
	Módulo 4: Creación de anuncios en Facebook e Instagram	Vidal	3h

	Módulo 4: tutoría grupal en vivo	Trillini	2 h
--	----------------------------------	----------	-----

	Módulo 4: repaso con trabajo práctico	Trillini	5 h
	Módulo 5: dictado de contenido teórico	Szechenyi	2 h
	Módulo 5: tutoría grupal	Szechenyi	1 h
	- Módulo 5: repaso con trabajo práctico	Szechenyi	1 h
	Módulo 6: dictado de contenido teórico en vivo	Alicio y Trecco	3 h
	Módulo 6: dictado de contenido teórico en vivo	Alicio y Trecco	3 h
	Módulo 6: dictado de contenido teórico en vivo	Alicio y Trecco	3 h
	Módulo 6: dictado de contenido teórico en vivo	Alicio	3 h
	Módulo 6: dictado de contenido teórico en vivo	Brombin	3 h
	Módulo 6: repaso con trabajo práctico	Brombin	3 h



	Módulo 6: repaso con trabajo práctico	Alicio y Trecco	5 h
	Cierre de cursado. Trabajo final. Fecha entrega trabajo final con horarios de consulta	Equipo Coordinación	8 h

Se reprogramaran fechas COINCIDENTES CON feriados nacionales.

**CARGA HORARIA TOTAL:** La presente diplomatura se pretende desarrollar a partir del mes de agosto de 2021, abarcando 120 horas en su totalidad.

Se propone un dictado de 3 horas de cursado semanales, los días jueves o miércoles (a definir con docentes); y la carga horaria restante establecida se destinará a lectura, desarrollo de trabajos prácticos y participación en espacios de intercambio.

**FORMA DE EVALUACIÓN DE CADA MODULO:**

Se propone una evaluación escrita que responda al cumplimiento de los objetivos y del contenido de los módulos. Cada módulo tendrá una experiencia práctica aplicable al entorno laboral de la y del estudiante, que consistirá en instancias de trabajos prácticos en domicilio, con exposiciones orales.

Al finalizar el último módulo de la presente diplomatura, se propondrá un trabajo final grupal o individual (a elección de cada inscripta/o) con el propósito de integrar todos los contenidos teóricos abordados y aplicarlos en un plan de comunicación digital de una organización existente que ellas y ellos mismos podrán elegir.

Se propondrá una fecha límite para entregar cada trabajo práctico de los módulos correspondientes y se ofrecerá una instancia de “recuperatorio”. Asimismo, se podrá cursar cada módulo aunque no se apruebe el anterior.

Para recibir el certificado de la presente diplomatura será condición excluyente tener todos los módulos aprobados. El trabajo final podrá tener hasta 3 meses de postergación luego de que finalice el último día del cursado.

Por último, para que la inscripta o inscripto reciba el certificado deberá tener al menos el 70% de la asistencia a las clases vía zoom.

**COSTO:**

Considerando que las diplomaturas se autofinancian, el programa es arancelado y consta de 6 (seis) cuotas mensuales correspondientes a cada uno de los módulos.

### **MODALIDAD DE FINANCIACIÓN:**

Para acceder a la inscripción se abonará un arancel de \$2000 pesos, correspondiente a la primera cuota. El resto se financiará mediante 5 cuotas sin interés del mismo monto (total: 6 cuotas sin interés de \$2000).

Se destinarán 10 cupos de becas para estudiantes avanzados de la carrera de Comunicación de la Facultad de Derecho de Cs. Sociales de la Universidad Nacional del Comahue.

### **BIBLIOGRAFÍA SUGERIDA:**

#### LIBROS:

- Godin, Seth (2019): "Esto es marketing". Paidós. Buenos Aires.
- Grandío Pérez, Miguel Ángel y Nicolás Ojeda, María del Mar (coords.) . (2012): "Estrategias de comunicación en redes sociales"; Ed. Gedisa, Barcelona.
- Morel, Rosa (2018): "NEUROCOPYWRITING. La ciencia detrás de los textos persuasivos". Edición Triunfa con tu libro. Málaga.
- O'Connor, Joseph y Seymour, John (2014): "Comunicación eficaz con PNL"; Ed. Urano, Barcelona.
- Parnofiello, Marisol (2020): "UX Writing en español. El ABC de la disciplina con Ñ". Editorial Autores de Argentina. Buenos Aires.
- Scolari Carlos A. (2012): "Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan". Deust, Barcelona.

#### ARTÍCULOS:

- Nuñez, Vilma (2015): "3 estrategias para potenciar tu marca personal al máximo"- <https://vilmanunez.com/5-estrategias-para-potenciar-tu-marca-personal/> - artículo consultado el 8 de mayo de 2021
- Nuñez, Vilma (2021): "Guía para la gestión y mejora de la experiencia al cliente en un negocio de marketing"- <https://vilmanunez.com/guia-para-gestion-de-la-experiencia-al-cliente-en-marketing/> artículo consultado el 8 de mayo de 2021

- Tomasena, Maïder (2021): “Cómo poner tu web a punto para crear oportunidades de venta” - <https://www.maidertomasena.com/como-poner-tu-web-a-punto-para-crear-oportunidades-de-venta/> artículo consultado el 8 de mayo de 2021
- Tomasena, Maïder (2021): “La identidad verbal. Cómo escribir en equipo con la misma voz” - <https://www.maidertomasena.com/identidad-verbal/> artículo consultado el 8 de mayo de 2021

## **ANTECEDENTES ACADÉMICOS Y/O PROFESIONALES DEL PLANTEL COORDINADOR- DOCENTE**

### **Lic. Sofía Alicia (coordinadora y docente)**

Licenciatura en Comunicación Social con orientación en institucional. UNC

Coach profesional-educativa certificada porICF (International Coach Federation). Online

Business Coach certificada por el Instituto de Negocios Digitales de Diana Zuluaga.

Maestrando en “Comunicación Digital Interactiva” de la Universidad Nacional de Rosario.

Por otro lado, es co-fundadora de Comunidad 360 un entrenamiento intensivo en Marketing Digital en formato online y presencial.

Se ha desempeñado como consultora en estrategias de comunicación digital desde el año 2011 para organizaciones del sector privado, público y del Tercer Sector.

Ha participado como docente en cursos de extensión de la Universidad Nacional del Comahue (UNCO), Universidad Nacional de Córdoba (UNC), Universidad Tecnológica Nacional de Córdoba (UTN) y la Universidad Nacional del Litoral (UNL).

Ha dictado cursos de manera particular en distintos puntos de Argentina, con el propósito de fortalecer el ecosistema emprendedor local.

### **Lic. Josefina Trecco**

Licenciada en Comunicación Social con orientación Institucional (Universidad Nacional de Córdoba).

Diplomada en Marketing y Comunicación Digital (UBP), emprendedora y fundadora de Huella Communications.

Su área de estudios aborda diferentes ramas de la comunicación y educación.

Amplia experiencia asesorando a instituciones de diferentes rubros en comercialización de servicios y acompañando a pequeñas empresas en la gestión de su comunicación.

Coordinación y Gestión de la 11a Jornada de Actualización Profesional de CIRCOM (Círculo Profesional de la Comunicación Institucional y las Relaciones Públicas de Córdoba).

Dictó diferentes cursos y talleres de comunicación digital.

### **Lic. Camila Silva (docente)**

Diseñadora Industrial, graduada por la UNC (Córdoba). Especializada en identidad y comunicación visual de marcas y productos.

Creadora de D.sign Studio, estudio de diseño con el que desarrolló marcas para emprendedores a través de la profundización de su identidad.

Su área de estudio aborda temáticas de Diseño, Filosofía y Semiótica con perspectiva en las experiencias y tendencias socioculturales para promover la innovación y la creatividad difundiendo los alcances del diseño y su impacto en las disciplinas que atraviesa.

### **Lic. María Florencia Soto (docente)**

Licenciada en Ciencia Política (Universidad Católica de Córdoba).

Diplomada en Marketing y Negocios internacionales (Centro de Capacitación en Comercio Internacional, Argentina).

Máster en Administración y Dirección de Empresas (EUDE, España)

Especialista en Planificación Estratégica, Marketing, Organización de eventos y Ceremonial.

Asesora en Imagen Personal, Política y Empresarial (Escuela Europea de Dirección y Empresa, España).

Maestrando en "Asesoría de Imagen" en el instituto "Qué me pongo" de España.

### **Lic. Clara Trillini**

Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nacional de Villa María.

Se desempeñó como periodista en medios gráficos de Villa María y tiene un diplomado de posgrado en Actualización de Géneros Periodísticos.

Fue seleccionada en 2012 para participar de Vanguardia Iberoamericana en Madrid (España) y en 2014 del South American Business Forum en Buenos Aires (Argentina), eventos que reúnen a estudiantes universitarios destacados por sus proyectos en temáticas como liderazgo juvenil, cooperación internacional y nuevas tecnologías.

Además, integró el equipo de la Subsecretaría de Prensa y Comunicación Institucional de la Municipalidad de Villa María.

En el área de la comunicación digital, se desempeña desde 2017 como consultora y asesora en Email Marketing para negocios digitales, enfocando su trabajo en la creación de contenidos para campañas de mailing y estrategias de automatizaciones.

**Abog. Sofia Szechenyi**

Abogada (Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional del

Comahue) Escribana (Facultad de Derecho, Universidad Siglo XXI)

Mediadora (Facultad de Derecho, Universidad de Buenos Aires)

Magister en Derecho Procesal (en curso) (Facultad de Derecho, Universidad Nacional de Rosario)

Curso de Postgrado “Metodología de la investigación y elaboración de ponencias y otros documentos” (Facultad de Derecho y Cs. Sociales, Universidad Nacional del Comahue)

Curso de Postgrado “Derechos del Niño, Niña y Adolescentes” (Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Comahue)

Curso de Postgrado “El derecho como sistema y el Código Civil y Comercial” (Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Comahue)

Curso de Postgrado “Derecho Procesal Constitucional” (Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Comahue)

Curso de especialización “El debido proceso en el derecho procesal comparado” (Alma Mater Studiorum, Universita Di Bologna)

Programa en “Derecho Bancario y Finanzas Corporativas” (Facultad de Derecho, Universidad Austral)

Secretaria de Extensión y Asuntos Estudiantiles en la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Comahue

Autora del Artículo de doctrina “La mediación en la experiencia de la provincia de Río Negro”. Edición Patagonia, Revista Jurídica elDial.com

### **Ing. Paula Toselli**

Facultad Regional Villa María.  
Becaria Doctoral de CONICET hasta el año 2019.

Docente de la cátedra de Matemática Superior en la Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional Villa María. Docente de Sistemas de Información en el Instituto Superior Leibnitz en Villa María, Córdoba.

Investigadora categorizada en el grupo GISIQ en la Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional Villa María. Donde ha participado en diversos congresos y publicaciones de orden nacional e internacional.

Además, se encuentra trabajando de manera independiente como Social Media Manager especializándose en estrategias de contenido para redes y representación de marcas. Previamente, se ha desempeñado como desarrolladora de software para empresas de la región como Porta Hnos., Lince S.A., entre otras. Y como docente desde el 2007 en diversas instituciones como Banco Superville, Aula+, Lince S.A, y cátedras en la UTN FRVM.

### **Tec. Paola Vidal**

Especialista en publicidad en Facebook e Instagram.

Técnica universitaria en ciencias empresariales por la Universidad de Quilmes

Ha participado en lanzamientos, congresos online y venta de productos gestionando anuncios en las plataformas de Facebook e Instagram.

Hasta la actualidad, ha brindado sus formaciones a más de 300 alumnos. Ha ofrecido más de 100 mentorías personalizadas a empresas de distintos rubros ayudándoles a mejorar sus resultados en campañas de anuncios.

Por más de 10 años, trabajó en empresas de sistemas e informática.

### **Lic. Vanesa Brombin**

Licenciada en Comunicación Social con orientación en Institucional (Universidad Nacional de Córdoba). Profesora en Comunicación Social (Universidad Nacional de Córdoba).

Community Manager certificada por el Colegio Universitario de Periodismo.

Es cofundadora de MUV - Consultora Organizacional, donde me especializo en Comunicación Digital, acompañando a personas y a empresas en la gestión del cambio, mediante herramientas claves y personalizadas que sirvan de soporte para resolver los problemas e impulsar su crecimiento.

Lleva más de 10 años de experiencia en Áreas de Comunicación y Marketing de diferentes empresas.