

PROGRAMA DE: INTRODUCCION A LAS REDES SOCIALES**CÓDIGO: 501****HORAS DE CLASE****DOCENTE RESPONSABLE****TEÓRICAS****PRÁCTICAS****p/semana****p/cuatrim.****p/semana****p/cuatrim.****Lic. Maite LABORDE****2****32****2****32****DESCRIPCIÓN:**

La asignatura propone una introducción a dinámica de las redes sociales y su vinculación con distintos usos como el marketing, el comercio electrónico o la comunicación institucional, entre otros.

Al tratarse de plataformas con un alto nivel de evolución y cambios constantes (aparición y desaparición de redes, actualización de interfaces, formatos o componentes, etc.) la materia propone brindar herramientas elementales que aporten un enfoque integral abarcando la mayor cantidad de redes posibles con aplicación a mediano y largo plazo.

PROGRAMA SINTÉTICO:**UNIDAD TEMATICA I: REDES SOCIALES: HISTORIA, DEFINICIÓN Y CATEGORÍAS.****UNIDAD TEMATICA II: DISEÑO DE ESTRATEGIAS DIGITALES.****UNIDAD TEMÁTICA III: CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN META.****UNIDAD TEMÁTICA IV: HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y GENERACIÓN DE CONTENIDOS.****Vigencia a partir
del año:****2023**

PROGRAMA DE: INTRODUCCION A LAS REDES SOCIALES**CÓDIGO: 501****PROGRAMA ANALÍTICO:****UNIDAD TEMATICA I: REDES SOCIALES: HISTORIA, DEFINICIÓN Y CATEGORÍAS.**

Breve historia de las redes sociales – Comunidades, grandes audiencias y audiencias fragmentadas - Datos & privacidad. – Usos y diferencias de las redes sociales

UNIDAD TEMATICA II: DISEÑO DE ESTRATEGIAS DIGITALES.

Diseño de estrategias en redes sociales. Referentes y competidores. Identificación de objetivos. Planificación, calendarización, ejecución y monitoreo. Storytelling y marketing de contenidos. Copywriting. Formatos.

UNIDAD TEMATICA III: CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN META.

Armado de campañas en Facebook e Instagram. Business Manager, visión general –Tipos de campaña. Creación de campañas, conjuntos de anuncios y anuncios. Tipos de anuncios. Orígenes de datos (Píxel) – Públicos (público guardado, personalizado, similar). Métricas y creación de reportes.

UNIDAD TEMÁTICA IV: HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y GENERACIÓN DE CONTENIDOS.

Herramientas de gestión de flujo de trabajo (Comscore -Trello – Hootsuite – Slack) y para generación de contenidos (MemeGenerator, StickerMaker, RemoveObject, CapCut, banco de imágenes & videos)

BIBLIOGRAFÍA

- Kerpen, D. (2020). Me gusta: Redes sociales, cómo encantar a tus clientes/as y crear una marca atractiva para las redes sociales (3a. ed.). McGraw-Hill España. P. 22 a 44
- Lévy, P. (2018). Cómo utilizo la web social en mis clases de la universidad. Revista de Educación a Distancia (RED), 18(57). Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/red/article/view/327341>
- Mejía Llano, J. (2013). La guía del community manager: estrategia, tácticas y herramientas – Anaya Multimedia – P 34-40
- Moreno Company, R. (2021). Publicidad en Redes Sociales [Curso práctico]. Aprende cómo anunciar tu marca con Facebook, Instagram, YouTube y Pinterest Ads. 1. RA-MA Editorial. P 31-40, 65-97
- Parras, A. (Coord.) & Álvarez Rivas, D. (Coord.). (2022). La nueva comunicación: creatividad e innovación en la sociedad digital. 1. Dykinson. P 46-54
- Zuazo, Natalia. (2015) Capítulo IX “Dar aceptar: Google, Facebook y WhatsApp se apropian de nuestros datos” en Guerras de Internet: un viaje al centro de la red para entender cómo afecta tu vida, Buenos Aires: Random House

El presente Programa se ha elaborado bajo responsabilidad del/de la, las/los docente/s cuyas firmas se exponen a continuación. Las autoridades de cada Facultad, y del Vicerrectorado del Área Académica o Dirección de Coordinación Educativa de esta Universidad, suscriben prestando conformidad.



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES
2023 - Año de la democracia Argentina

Hoja Adicional de Firmas
Anexo de Firma Conjunta

Número:

Referencia: Cod. 501 Programa Introducción a las Redes Sociales

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 3 pagina/s.

