

UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA



A C U E R D O No. 083
21 de octubre del 2024

Por el cual se aprueba el Diplomado en Comunicación Estratégica para Redes Sociales, para ser ofrecido por la Sede Bogotá

EL CONSEJO ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA

En ejercicio de las funciones previstas en el numeral 2 del artículo 28 de los Estatutos, ratificados por la Resolución 021955, expedida por el Viceministerio de Educación Superior del Ministerio de Educación Nacional, el 18 de noviembre del 2021, y,

CONSIDERANDO

Que el artículo 69 de la Constitución Política de Colombia garantiza la autonomía universitaria y establece que las universidades podrán darse sus directrices y regirse por sus propios estatutos de acuerdo con la Ley.

Que la Ley 30 de 1992 desarrolla los alcances de la autonomía universitaria y regula la educación superior en los aspectos generales de los programas académicos.

Que el Decreto 1075 de 2015 compiló y racionalizó las normas de carácter reglamentario del sector educación.

Que de conformidad con el numeral 2 del artículo 28 de los Estatutos de la Universidad le corresponde al Consejo Académico "Acordar los programas académicos o planes de estudio, los proyectos de investigación y las actividades de extensión".

Que la Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales, a través de la Decanatura y la Coordinación de Extensión y Formación Continuada, ha presentado el proyecto de acuerdo con el fin de aprobar el Diplomado en Comunicación Estratégica para Redes Sociales en la modalidad presencial o remota.

Que la Universidad La Gran Colombia ofrece a la comunidad académica en general el Diplomado en Comunicación Estratégica para Redes Sociales, certificando las 160 horas, asistiendo al 80% de las sesiones realizadas.

Que este diplomado está dirigido a personas interesadas en comunicación, periodismo, publicidad, mercadeo, administración, relaciones públicas, y áreas

UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA



afines, así como a profesionales en ejercicio, estudiantes, recién graduados, emprendedores, empresarios, y responsables de comunicación y marketing.

Que la iniciativa de proponer el Diplomado en Comunicación Estratégica para Redes Sociales fue considerada en el Consejo de Facultad de la Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales, obteniendo su correspondiente aprobación.

Que con fundamento en lo expuesto, los soportes documentales y las consideraciones del Consejo Académico se:

A C U E R D A

ARTÍCULO PRIMERO: Aprobar el Diplomado en Comunicación Estratégica para Redes Sociales en modalidad presencial o remota para ser ofrecido a la comunidad de egresados de la Universidad La Gran Colombia y los interesados en educación continuada del sector externo.

ARTÍCULO SEGUNDO: Aprobar la siguiente estructura del Diplomado en Comunicación Estratégica para Redes Sociales con una intensidad horaria de ciento sesenta horas (160), distribuidas de la siguiente manera:

Distribución académica por etapas académicas				
Etapa Módulo	Desarrollo conceptual	Consultiva- Estudios de caso y experiencias reales	Producción	HORAS
1	10	10	10	30
2	10	10	10	30
3	20	10	20	50
4	20	10	20	50
HORAS TOTALES				160

La estructura curricular se desagrega con la siguiente especificidad temática:

Distribución académica por etapas académicas				
Módulo	Desarrollo conceptual	Consultiva- Estudios de caso y experiencias reales	Producción	HORAS
1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a las redes sociales. 2. Evolución y panorama actual de las redes sociales. 3. Importancia de las redes sociales en la sociedad digital. 4. Desarrollo del contenido digital y su influencia social. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Principales plataformas y sus características distintivas. 2. Público objetivo de cada una de las plataformas y redes sociales. 3. Comunicación disruptiva de las redes sociales. 4. Grupos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Características principales de las redes sociales. 2. Descripción de las posibilidades de comunicación digital en cada una de las redes sociales. 3. Análisis de casos exitosos de uso de redes sociales. 	30

UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA



Distribución académica por etapas académicas				
Módulo	Desarrollo conceptual	Consultiva- Estudios de caso y experiencias reales	Producción	HORAS
		específico de audiencias en las redes sociales.		
2	<ol style="list-style-type: none"> Gestión de perfiles para reconocer la audiencia. Desarrollar el contenido digital de acuerdo con la audiencia. Optimización de perfiles en redes sociales. Uso de imágenes, videos y otros formatos multimedia. 	<p>Meta: Facebook Business, Instagram, LinkedIn. Estrategias en Tik Tok.</p> <p>Desarrollo de contenidos para Telegram. Estrategias para la creación de contenido atractivo para la audiencia.</p>	<ol style="list-style-type: none"> Desarrollo de contenido digital. Segmentación de la comunicación digital. Creación de productos digitales. Exploración de tendencias emergentes en redes sociales. 	30
3	<ol style="list-style-type: none"> Buenas Prácticas en Redes Sociales. Etiqueta y comportamiento en línea. Protección de la privacidad y seguridad en línea. 	<ol style="list-style-type: none"> Gestión de comunidades digitales. Interacción con seguidores y manejo de comentarios. Manejo de crisis en redes sociales. 	<ol style="list-style-type: none"> Análisis de la audiencia digital. Programación del calendario de publicaciones digitales. Adaptación a cambios en algoritmos y políticas de plataformas. 	50
4	<ol style="list-style-type: none"> Publicidad en redes sociales: enfoques y técnicas. Estrategias de mercadeo en las redes sociales. Medición y análisis de resultados 	<p>Contenidos digitales. Narrativas para las redes sociales. Pauta digital.</p>	<ol style="list-style-type: none"> Estrategias publicitarias para las redes sociales. Métricas en las plataformas digitales. Análisis de casos exitosos de redes sociales enfocados en la pauta digital. 	50
HORAS TOTALES				160

ARTÍCULO TERCERO: La Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales será la encargada de ofrecer el Diplomado en Comunicación Estratégica para Redes Sociales, tramitar ante la Secretaría General las respectivas certificaciones y entregar los diplomas correspondientes.

ARTÍCULO CUARTO: El documento de la propuesta académica del Diplomado en Comunicación Estratégica para Redes Sociales que soporta la estructura

UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA

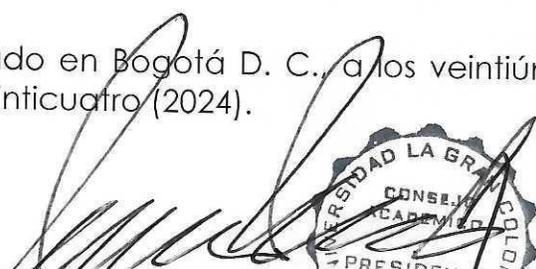


curricular será el referente para la interpretación o complementación del presente Acuerdo.

ARTÍCULO QUINTO: El presente Acuerdo rige a partir de su expedición, será publicado en la página Web de la Universidad y deroga las normas que le sean contrarias.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE,

Dado en Bogotá D. C., a los veintiún (21) días del mes de octubre de dos mil veinticuatro (2024).


MARCO TULIO CALDERÓN PEÑALOZA
Presidente Consejo Académico


LUIS ENRIQUE ABELLO
Secretario Consejo Académico

Proyectó: Jaime Mejía Ossman – Decano Facultad de Derecho y Ciencias Políticas y Sociales
Revisó: Conrado De Jesús Álvarez Chogó – Director Nacional de Aseguramiento de la Calidad
Félix Ancizar Ávila Arturo – Coordinador de Aseguramiento de la Calidad