

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO  
DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES  
-FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES-**

**Olavarría, 11/07/2025  
Resolución de Consejo Académico Nro. 171/25**

**VISTO**

El Expediente Interno 152/2022 alc. 11 anx 0 cpo 1 y,

**CONSIDERANDO**

Que en el referido expediente interno se da trámite a una propuesta de curso en el marco del ciclo de Cursos Cortos de la Secretaría de Extensión, Bienestar y Transferencia.

Que la propuesta se denomina “Community Manager: nuevos enfoques y recursos para gestionar redes sociales”, cuyo dictado se desarrollará durante el segundo cuatrimestre de 2025.

Que se acompañan programa del curso y cv de los docentes a cargo, Leandra Bustamante y Santiago Garralda.

Que la propuesta de curso presentada tuvo tratamiento en la Comisión de Extensión, Investigación, Presupuesto y Reglamentos, reunida el 8 de julio de 2025.

Que consta en el despacho referido que la iniciativa da continuidad y brinda respuesta a una demanda de la comunidad, cumpliendo con los requisitos mínimos para su aprobación.

Que los/as Consejeros/as acompañan lo indicado en el despacho de Comisión.

**POR TODO ELLO**

En uso de las atribuciones conferidas por el Artículo 35, del  
Estatuto de la UNCPBA aprobado por Resolución Ministerial 2672/84

**EL CONSEJO ACADÉMICO DE LA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES DE LA UNCPBA**

**RESUELVE:**

**ARTÍCULO 1º:** Aprobar, en el marco del Ciclo de Cursos Cortos de la Secretaría de Extensión, Bienestar y Transferencia, la propuesta de curso denominado “Community Manager: nuevos enfoques y recursos para gestionar redes sociales”, el cual estará a cargo de la Lic. Leandra Bustamante y del Lic. Santiago Garralda, de acuerdo a las especificaciones y características que constan en el anexo de la presente resolución.

**ARTÍCULO 2º:** Regístrese, comuníquese, notifíquese y archívese.

## ANEXO

### Curso de Extensión

#### **Community Manager: Nuevos enfoques y recursos para gestionar redes sociales**

**Docentes: Leandra Bustamante y Santiago Garralda**

#### **1. Fundamentación**

El fenómeno de la globalización, en materia de comunicaciones, aceleró la inclusión de las nuevas tecnologías de la comunicación e información en todos los ámbitos de la vida cotidiana. En ese marco, las redes sociales se potenciaron en la segunda década del siglo XXI y se transformaron en una parte trascendental de la sociedad. Empresas, negocios e instituciones vieron en ellas un nuevo espacio para habitar y tener visibilidad, con el objetivo de establecer un canal de comunicación con su audiencia.

Esto implica conocer las redes sociales y saber cómo funcionan. Se requiere de la elaboración de estrategias de contenidos particulares para cada espacio digital y así, conformar una comunidad *online*. Para realizar esta tarea, emergió la figura del Community Manager (CM), que es la persona encargada de gestionar comunidades virtuales.

El rol del Community Manager evoluciona constantemente, atravesado por los cambios en los hábitos digitales y en el marco de una economía de la atención cada vez más breve. Este curso propone una profundización de saberes ya adquiridos, incorporando nuevas herramientas y enfoques para potenciar la gestión profesional de redes sociales. Desde la creación de campañas publicitarias estratégicas hasta el uso ético y eficaz de la inteligencia artificial. El recorrido formativo buscará acompañar a quienes ya conocen las bases del trabajo en redes, ayudándoles a potenciar sus conocimientos.

## **2. Objetivos**

- Comprender el funcionamiento de la publicidad en redes sociales,
- Explorar el uso de herramientas de inteligencia artificial aplicadas al trabajo del Community Manager y definir ventajas y limitaciones.
- Incorporar técnicas básicas de copywriting, entendiendo cómo construir mensajes efectivos que generen interés, conexión emocional y llamados a la acción adecuados para cada plataforma.

## **3. Destinatarios**

El curso está destinado a estudiantes, emprendedores, emprendedoras y público interesado en la temática.

## **4. Duración y carga horaria:**

El curso tendrá 4 clases de dos horas semanales, y dos horas destinadas a actividades a través de la plataforma Sociales Virtual. La carga horaria total estimada será de 16 horas.

Las clases serán los días jueves de 19.30 a 21.30 horas.

## **5. Metodología**

Se proponen encuentros virtuales en los que se abordarán de manera crítica las temáticas presentadas. Asimismo, se presentarán ejemplos puntuales de cada una de ellas para comprender de mejor forma los contenidos.

Las clases serán por Google Meet. A la par, se ofrecerán actividades en la plataforma virtual de Sociales Virtual con el objetivo de reforzar los contenidos.

## **6. Contenidos**

### **CLASE 1: Community Manager: revisión de la profesión**

- Aparición del Community Manager en el contexto de auge de las redes sociales. Qué es, qué hace y qué no hace. Cómo puede trabajar. Por qué es importante la intervención de un Community Manager.
- Objetivos. Competencia. Diagnóstico.
- Actualizaciones de la profesión. Planificación de contenidos. Nuevas redes. Nuevas tendencias.

## **CLASE 2: Inteligencia Artificial**

- Definición de IA y su aplicación en redes sociales.
- Herramientas para redacción, diseño y video.
- Chat GPT: ¿Cómo hacer para que sea nuestro amigo?
- Ventajas y limitaciones
- ¿Hasta qué punto debemos utilizarla? Debate.

## **CLASE 3: Publicidad**

- Diferencias entre publicaciones orgánicas y pagas.
- Objetivos publicitarios: alcance, interacción, tráfico, ventas, generación de leads.
- Segmentación de públicos: por edad, ubicación, intereses, comportamientos.
- Utilización del Administrador Comercial.
- Lectura e interpretación de métricas clave.
- Algunos ejemplos de campañas reales.

## **CLASE 4: Copywriting**

- ¿Qué es el copywriting? Diferencias con la redacción convencional.
- Fórmulas clásicas
- Captar atención en los primeros 3 segundos.
- Definición de tono de marca y coherencia textual.
- Llamados a la acción eficaces.

- Adaptación del texto según red social (IG, FB, TikTok, LinkedIn).
- Errores comunes

## **7. Evaluación y acreditación**

Para acreditar el curso se debe asistir a 3 de 4 clases y realizar las actividades que se propongan por el aula virtual. Asimismo, será obligatoria la participación en los foros que estarán disponibles en la plataforma mencionada.