

1. DATOS GENERALES DEL CURSO

Nombre del curso	Gestión y administración de audiencias y usuarios
Programa al que pertenece	Licenciatura en Periodismo Digital
Créditos	12
Horas totales del curso	125

2. COMPETENCIA

El estudiante emplea las redes sociales con fines periodísticos a partir del análisis de las características de las redes, los usuarios y los objetivos que desea lograr con su audiencia, respetando los valores éticos de la profesión.

3. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Un manual de gestión de redes sociales para medios digitales es primordial para tener claros los objetivos, retos y alcances de lo que se comunica a la opinión pública.
-------------	--

4. RECORTE DE CONTENIDO					
	Unidad 1	Unidad 2	Unidad 3	Unidad 4	Unidad 5
Título	Las redes sociales en el escenario web 3.0	Impacto y penetración de las redes sociales en los medios de comunicación	El encargado de redes en la redacción	La marca digital del periodista. Normas aplicadas al uso de las redes sociales	Utilización de la información tomada de redes sociales
Objetivo	El estudiante identificará las redes sociales y sus características como herramientas en la labor periodística.	El estudiante examinará el impacto de las redes sociales en el entorno social y en los medios de comunicación.	El estudiante describirá las funciones, responsabilidades y buenas prácticas del encargado de redes sociales dentro de la redacción de un medio periodístico.	El estudiante desarrollará pautas para crear una marca digital e integrará un compilado de buenas prácticas para el uso de redes sociales en su medio.	El estudiante validará la información tomada de redes sociales y las aplicaciones que permiten crear productos periodísticos.
Contenido	El Concepto de red social y web 3.0 Tipos de redes sociales Facebook y Twitter, las mejores herramientas para el periodismo	Presencia e impacto de redes sociales en el entorno Monitoreo y medición del impacto de redes (Facebook y twitter) sociales de los medios Estudio de caso	¿Qué es y cuáles son las funciones del encargado de redes (conocido como Community Manager)? Herramientas básicas para el encargado de redes Modelo ideal de departamento de	Características que debe tener una marca digital de un periodista Políticas de uso de redes sociales en medios de comunicación	Herramientas para validar información en redes sociales Curaduría de contenidos en redes sociales



	digital		gestión de redes en la sala de redacción Casos de éxito en el uso de redes sociales para la innovación, distribución y comunicación de productos periodísticos		
--	---------	--	---	--	--