

# UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA



## ACUERDO No. 045

30 de septiembre del 2024

*Por el cual se aprueba el Curso Redes Sociales Empresariales, como programa de educación continuada.*

### 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, en 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 y Ciencias Políticas y Sociales de la Seccional Armenia ha presentado el proyecto de Acuerdo con el fin de aprobar el Curso Redes Sociales Empresariales en la modalidad presencial, el cual se ofrecerá a la comunidad académica en general.

Que, el Curso Redes Sociales Empresariales propone exponer estrategias básicas para fortalecer las redes sociales de pequeñas y medianas empresas de la región con el objetivo de aumentar la competitividad, mejorando su presencia en medios virtuales.

Que, este curso garantiza el conocimiento requerido en el medio laboral porque fortalece las capacidades, habilidades y competencias de los

# UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA



profesionales, emprendedores y aficionados en redes sociales y herramientas digitales.

Que, la Universidad reconoce que, para la consecución de los fines institucionales y los objetivos de calidad de sus programas, se promueven espacios de formación práctica con el fin de que el estudiante adquiera conocimientos y habilidades que le permitan desempeñarse en diferentes campos laborales y conocer de diferentes herramientas digitales que le permitan fortalecer su desempeño en las redes sociales.

Que, la iniciativa de proponer el Curso de Redes Sociales Empresariales fue considerada en el Consejo de Facultad según acta número 008 del 23 de julio de 2024 de la *Facultad de Derecho y Ciencias Políticas y Sociales*.

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 Curso Redes Sociales Empresariales, en modalidad presencial, para ser ofrecido a la comunidad académica de la Universidad La Gran Colombia Seccional Armenia y a los interesados en educación continuada.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** Aprobar la siguiente estructura del Curso Redes Sociales Empresariales con una intensidad horaria de veinte (20) horas y cuatro (4) módulos, así:

- Asistencia al Curso Redes Sociales Empresariales con una intensidad horaria de veinte (20) horas.

Módulo	Desarrollo conceptual	Consultiva-Estudios de caso y Experiencias reales	Producción	Intensidad Horaria
	Contenido	Contenidos	Contenidos	
1	• Redes Sociales para Empresas	• Tipos de redes sociales y su funcionalidad según la empresa • Identificación del <i>buyer</i> persona y público objetivo • identificación del <i>buyer</i> persona y público objetivo	• Metodología teórica práctica	5
2	• Identificación del <i>buyer</i> persona y público objetivo	• Tipos de contenidos en redes sociales, cómo saber qué tipo de contenido utilizar para mi empresa, contenido de pago: cuándo y cómo utilizarlo y contenido orgánico: cómo optimizarlo.	• Metodología teórica práctica	5
	• Marketing Digital	• Cómo generar una estrategia de marketing digital,	• Práctica	5

# UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA



Módulo	Desarrollo conceptual	Consultiva-Estudios de caso y Experiencias reales	Producción	Intensidad Horaria
	Contenido	Contenidos	Contenidos	
3		campañas de pago en redes sociales: cómo hacerlas de manera efectiva, cómo vender en redes sociales y objetivos dentro de las campañas de redes sociales.		
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programación y Organización en Redes Sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cómo crear una parrilla de programación para redes sociales, cómo mantener al día las publicaciones, herramientas para organizar las redes sociales empresariales y herramientas para programación de publicaciones en redes sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Práctica</li> </ul>	5

**ARTÍCULO TERCERO:** La Facultad de Derecho y Ciencias Políticas y Sociales, será la encargada de ofrecer el Curso Redes Sociales Empresariales, de tramitar ante la Secretaría General las respectivas certificaciones y la entrega de los diplomas correspondientes.

**ARTÍCULO CUARTO:** El documento de la propuesta académica del Curso Redes Sociales Empresariales, que soporta la estructura curricular será el referente para la interpretación o complementación del presente Acuerdo.

**ARTÍCULO QUINTO:** El presente Acuerdo rige a partir de su expedición y deroga las normas que le sean contrarias.

## COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE,

Dado en la ciudad de Bogotá D.C., a los treinta (30) días del mes de septiembre del 2024.

  
**MARCO TULLIO CALDERÓN PEÑALOZA**  
 Presidente Consejo Académico

  
**LUIS ENRIQUE ABELLO**  
 Secretario Consejo Académico

Proyectó: Yulieith Villada Valencia - Secretaría General Seccional Armenia

Revisó: Conrado De Jesús Álvarez Chogó – Director Nacional de Aseguramiento de la Calidad  
 Sandra Milena Juajivoy Enríquez Coordinadora de Aseguramiento de la Calidad  
 Gloria Inés Cossío Amézquita – Asesora Rectoría Delegataria