

# UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA



**ACUERDO 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				
Etapas 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
<b>HORAS TOTALES</b>				<b>160</b>

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"><li>1. Introducción a las redes sociales.</li><li>2. Evolución y panorama actual de las redes sociales.</li><li>3. Importancia de las redes sociales en la sociedad digital.</li><li>4. Desarrollo del contenido digital y su influencia social.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Principales plataformas y sus características distintivas.</li><li>2. Público objetivo de cada una de las plataformas y redes sociales.</li><li>3. Comunicación disruptiva de las redes sociales.</li><li>4. Grupos</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Características principales de las redes sociales.</li><li>2. Descripción de las posibilidades de comunicación digital en cada una de las redes sociales.</li><li>3. Análisis de casos exitosos de uso de redes sociales.</li></ol>	<b>30</b>

# 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"> <li>Gestión de perfiles para reconocer la audiencia.</li> <li>Desarrollar el contenido digital de acuerdo con la audiencia.</li> <li>Optimización de perfiles en redes sociales.</li> <li>Uso de imágenes, videos y otros formatos multimedia.</li> </ol>	<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"> <li>Desarrollo de contenido digital.</li> <li>Segmentación de la comunicación digital.</li> <li>Creación de productos digitales.</li> <li>Exploración de tendencias emergentes en redes sociales.</li> </ol>	30
3	<ol style="list-style-type: none"> <li>Buenas Prácticas en Redes Sociales.</li> <li>Etiqueta y comportamiento en línea.</li> <li>Protección de la privacidad y seguridad en línea.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Gestión de comunidades digitales.</li> <li>Interacción con seguidores y manejo de comentarios.</li> <li>Manejo de crisis en redes sociales.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Análisis de la audiencia digital.</li> <li>Programación del calendario de publicaciones digitales.</li> <li>Adaptación a cambios en algoritmos y políticas de plataformas.</li> </ol>	50
4	<ol style="list-style-type: none"> <li>Publicidad en redes sociales: enfoques y técnicas.</li> <li>Estrategias de mercadeo en las redes sociales.</li> <li>Medición y análisis de resultados</li> </ol>	<p>Contenidos digitales. Narrativas para las redes sociales. Pauta digital.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Estrategias publicitarias para las redes sociales.</li> <li>Métricas en las plataformas digitales.</li> <li>Análisis de casos exitosos de redes sociales enfocados en la pauta digital.</li> </ol>	50
<b>HORAS TOTALES</b>				<b>160</b>

**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