UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos generales

Materia: GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES
Código: CMN0804
Paralelo: A
Periodo : Febrero-2025 a Junio-2025
Profesor: OCHOA CRESPO HANS ANDRES
Correo electrónico: hans.ochoa@uazuay.edu.ec

Nivel: 8

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
64	0	16	80	160

Prerrequisitos:

Ninguno

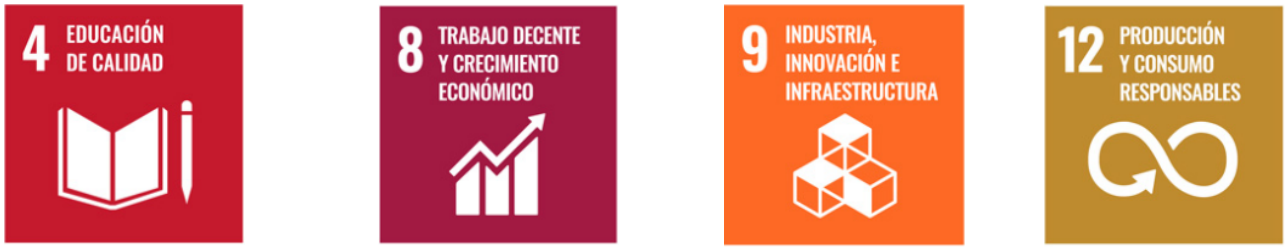
2. Descripción y objetivos de la materia

Con el análisis de los entornos digitales, la materia parte por determinar la importancia del profesional digital y los roles que debe asumir en la gestión de comunidades virtuales. Una gestión que se genera a través estrategias de escucha, creación de contenidos con narrativas digitales que estén en tendencia y se acoplen a la comunidad virtual y, por supuesto, a las necesidades y visión de la empresa o emprendimiento. Asimismo, el estudiante manejará herramientas para explorar audiencias y levantar métricas de crecimiento.

La asignatura Gestión de Comunidades Virtuales permite a los estudiantes demostrar y aplicar sus habilidades y conocimientos adquiridos durante la carrera de forma profesional, innovadora, ética y coherente en los distintos escenarios laborales. Es una materia que está ligada con asignaturas de la malla como Ética y Responsabilidad Social, Comportamiento del Consumidor, Análisis de Audiencias y Contenidos, Periodismo Digital, Publicidad, entre otras. Esta asignatura busca potenciar las competencias necesarias para que el futuro profesional de la comunicación cree y gestione, de manera empática, las comunidades digitales.

La materia es importante para el desarrollo profesional del estudiante, pues ofrece herramientas para analizar, gestar, gestionar e interactuar con comunidades digitales a través de la creación de contenidos con valor y narrativas virtuales innovadoras.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible



4. Contenidos

1	Conociendo y entendiendo el ecosistema digital
1.1	¿Qué hace el Community Manager?
1.2	Tipos de Community Manager
1.3	Por qué, para qué y cómo gestionar comunidades virtuales
1.4	Plataformas CMS
2	Narrativas digitales y creación de contenidos

2.1	Storytelling avanzado y para redes sociales
2.2	Innovando con el storytelling
2.3	Historias visuales y tendencias en las narrativas
2.4	Escuchar, interactuar y co-crear con la comunidad digital
3	Herramientas digitales y métricas
3.1	Ads Manager
3.2	Segmentación del público
3.3	Campañas

5. Sistema de Evaluación

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Investigaciones	Presentación sobre herramientas de Inteligencia Artificial	Conociendo y entendiendo el ecosistema digital	APORTE	5	Semana: 3 (05/03/2025 al 08/03/2025)
Trabajos prácticos - productos	Crear una estrategia y acciones orgánicas para entornos digitales.	Conociendo y entendiendo el ecosistema digital	APORTE	5	Semana: 5 (17/03/2025 al 22/03/2025)
Trabajos prácticos - productos	Video estilo TikTok personificando a las redes sociales de mayor impacto.	Narrativas digitales y creación de contenidos	APORTE	5	Semana: 8 (07/04/2025 al 12/04/2025)
Prácticas de laboratorio	Creación de una cuenta comercial.	Narrativas digitales y creación de contenidos	APORTE	5	Semana: 10 (21/04/2025 al 23/04/2025)
Proyectos	Segmentación y pauta de una campaña.	Narrativas digitales y creación de contenidos	APORTE	5	Semana: 12 (05/05/2025 al 10/05/2025)
Reactivos	Prueba	Herramientas digitales y métricas	APORTE	5	Semana: 13 (12/05/2025 al 17/05/2025)
Trabajos prácticos - productos	Examen y proyecto personal.	Conociendo y entendiendo el ecosistema digital , Herramientas digitales y métricas, Narrativas digitales y creación de contenidos	EXAMEN	20	Semana: 16 (02/06/2025 al 07/06/2025)
Evaluación escrita	Examen supletorio	Conociendo y entendiendo el ecosistema digital , Herramientas digitales y métricas, Narrativas digitales y creación de contenidos	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
Los estudiantes deben realizar investigaciones y prácticas en los entornos virtuales.	Autónomo
Durante el ciclo se desarrollarán exposiciones, trabajos grupales e individuales, se usarán ejemplos en la gestión de comunidades virtuales. Se realizarán ejercicios prácticos y lecturas que promuevan la interacción y diálogo permanente entre los estudiantes.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Trabajos grupales e individuales: 10 Exposiciones y control de lectura: 10 Prueba de conocimiento: 10 Examen final – entrega de proyecto: 20	Autónomo
Deben desarrollar campañas aplicando a iniciativas reales.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Roldán, S.		Community management 2.0	2016	
Vargas, E.		Narrativas Creativas y Conversaciones con audiencias. Explorador de audiencias: un panel de métricas en español para redacciones pequeñas y medianas.	2020	

Web

Autor	Título	Url
Fundación Gabo.	Charla web: Tareas y retos de un Editor de Audiencias.	http://eticasegura.fnpi.org/2015/11/25/charla-web-tareas-y-retos-de-un-editor-de-audiencias/

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Uribe Beltrán, C. I.	Fundación Universitaria Los Libertadores.	Marketing digital en agencias de publicidad: social media en Mipymes de servicios creativos de Bogotá.	2020	
Vilajoana Alejandre, S.	Editorial UOC.	¿Cómo diseñar una campaña de publicidad?	2014	
Kerpen, D.	McGraw-Hill España.	Me gusta: redes sociales, cómo encantar a tus clientes y crear una marca atractiva para las redes sociales.		
Roldán, S.	Ecoe Ediciones.	Community Management 2.0: gestión de comunidades virtuales	2016	
Soria Ibáñez, M. D. M.	Editorial CEP, S.L.	Evaluación y control del plan de medios (UF2399)	2016	
Soria Ibáñez, M. D. M.	Editorial CEP, S.L.	Plan de medios de comunicación e Internet (UF2398)	2016	

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 13/02/2025

Estado: Aprobado