



# Programa. Atención al aficionado en redes sociales

Justificación

Objetivos

Competencias

Criterios de participación y aprobación

## ANEXO 1

---

Módulo 1. Del CRM al social customer service

Módulo 2. Gestión de experiencia del cliente (CEM)

Módulo 3. Implementación del social command

Módulo 4. El comportamiento online y la lealtad

# Justificación

---

El fútbol, como toda industria debe profesionalizarse, y en este caso, su trabajo en redes sociales, espacios de comunicación digital y gestión de vinculación con la comunidad, es una de las instancias de mayor desarrollo en cuanto a tecnología de *marketing* aplicado.

Los perfiles de *social media manager*, *community manager*, *content marketers*, y otros aspectos relacionados, han ganado presencia en todas las empresas, y debido a la misma naturaleza de los algoritmos que gobiernan los canales digitales, es de suma importancia lograr la aplicación de los conocimientos en el nicho al que se apunte. De esta manera, los conocimientos generalistas de uso de redes sociales, solamente son de utilidad a niveles básicos, mientras que, para obtener resultados de importancia, se deberá combinar el conocimiento específico de la industria futbolística y del deporte, con el conocimiento técnico y estratégico sobre la comunicación digital.

CONTINUAR

# Objetivos

---

El planteo de objetivos permite que tenga una idea acabada de lo que se pretende que alcance al finalizar el proceso de enseñanza y aprendizaje de este curso. Pero el propósito es más fuerte aún: indicamos lo que debe lograr para que estos conocimientos aporten a los objetivos de su formación.

Para alcanzar estos objetivos, debe completar el proceso propuesto en el recorrido de las diferentes etapas del curso que se le presenta.

Entonces, si trabaja de la manera indicada, estará en condiciones de alcanzar los siguientes objetivos:

## Objetivo general

---

**Desarrollar y ejecutar un plan estratégico de social media en una marca o institución futbolística.**

---

## Objetivos específicos

- Comprender los elementos que desarrollan la fidelidad del público e impactar en su satisfacción.
- Diagnosticar y analizar los resultados de un plan de social media, en función a las métricas e indicadores de importancia.
- Desarrollar un plan de social media para una institución de fútbol.
- Conocer los aspectos legales de la comunicación digital y las redes sociales que impactan en la gestión de una empresa o marca futbolística.

CONTINUAR

# Competencias

---

Las competencias que esperamos usted desarrolle con el recorrido de este curso son:

## Competencias genéricas

Las competencias definidas como genéricas para extra grado son las siguientes:

- **Trabajo en equipo y colaborativo:** capacidad de integrarse con sus compañeros para lograr los objetivos compartidos y la sinergia de un grupo de alta *performance*.
- **Capacidad de análisis y reflexión:** capacidad de examinar metódicamente los distintos aspectos de una realidad o situación y asumir una valoración frente a ellos.
- **Creatividad y soluciones innovadoras basadas en el conocimiento:** capacidad para dar nuevas alternativas de solución a

problemas existentes basadas en el conocimiento formal.

## **Competencia específica**

---

**Capacidad de planificar y desarrollar la estrategia de social media y comunicación digital de una institución o marca deportiva futbolística.**

**CONTINUAR**

# Criterios de participación y aprobación

---

## Criterios de participación

Durante el mes de cursado, se espera que el alumno:

- Recorra los contenidos multimediales de cada uno de los módulos que integran el curso.
- Realice las actividades propuestas.
- Realice la evaluación final.

## Criterios de aprobación

Se recomienda que el alumno realice las cuatro (4) actividades propuestas y luego resuelva el examen final.

Para aprobar el cursado, el alumno deberá obtener un puntaje de al menos 60% en el examen.

CONTINUAR

# Módulo 1. Del CRM al social customer service

---

CONTINUAR

## Módulo 2. Gestión de experiencia del cliente (CEM)

---

CONTINUAR

## Módulo 3. Implementación del social command

---

CONTINUAR

## Módulo 4. El comportamiento online y la lealtad

---

CONTINUAR