RESOLUCIÓN Nº 330

SANTA ROSA, 23 de agosto de 2021

VISTO:

El Expediente N° 654/2021, registro de Rectorado, caratulado: *"*Workshop-Redes Sociales*";*

CONSIDERANDO:

Que la Universidad Nacional de La Pampa tiene el compromiso de realizar el seguimiento de las personas graduadas, de sus necesidades de capacitación permanente e inserción laboral.

Que, se plantea la conveniencia de estimular su participación en el ámbito académico mediante la realización de charlas, cursos y talleres de actualización.

Que ello tiene como fin que los/as graduados/as continúen siendo parte de la institución, tanto por su accionar político en el respectivo claustro, como a través de políticas específicas que incorporen su experiencia para, de esa manera, determinar parte de las estrategias de accionar futuro.

Que, para la UNLPam es primordial desarrollar los desafíos de la ampliación de derechos en las instituciones de educación superior y pública y la necesaria permanencia de los/as estudiantes, así como una capacitación continua, que atienda a formar graduados/as con saberes realmente valiosos para incorporarse al mundo laboral.

Que es procedente implementar políticas proactivas que conecten con las personas graduadas, que se complementen con el conocimiento del medio laboral y profesional y de sus desafíos futuros.

Que, en virtud de lo expuesto y teniendo en cuenta estos desafíos planteados, se propone llevar a cabo una capacitación que les permita crear y administrar su marca personal.

Que dicha capacitación alienta a tener un mayor conocimiento sobre herramientas básicas para el desarrollo profesional, insertos en un mercado laboral donde la tecnología es la base de la interacción con la comunidad.

Que la Secretaría de Cultura y Extensión Universitaria y la Secretaría Técnica de la Consultora de la Universidad proponen el dictado del curso *"WORKSHOP: Potencia tu marca personal".*

Que se prevé, a futuro, darle continuidad a dicha capacitación avanzando en niveles más específicos sobre el tema, conforme lo demande el público participante.

Que el curso consiste en un taller teórico-práctico, donde se tratarán conocimientos esenciales de programas que son de utilidad diaria al momento de trabajar y publicitar una marca personal.

Corresponde Resolución Nº 330/2021

Que para el dictado del curso se propone al Creativo Publicitario y Coach Ontológico Profesional, Nahuel TALMON.

Que el mencionado posee antecedentes referidos a la temática, tales como ser miembro Co-fundador de IDEA- Espacio Creativo y docente tallerista en el Colegio Marcelino Catrón durante el periodo 2015-2018.

Que el curso se desarrollará bajo la modalidad virtual, con una carga horaria total de seis (6) horas, repartidas en tres (3) encuentros de dos (2) horas cada uno aproximadamente, previendo su inicio en el mes de septiembre del corriente año.

Que el curso estará destinado a graduadas/os y estudiantes avanzadas/os, y a toda la comunidad pampeana.

Que según se desprende del Artículo 94° del Estatuto de la Universidad Nacional de La Pampa, corresponde al Rector resolver sobre la cuestión.

POR ELLO:

EL RECTOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PAMPA
R E S U E L V E:

ARTÍCULO 1º.- Aprobar la realización de la capacitación, denominada *"WORKSHOP: potencia tu marca personal",* a cargo del docente Nahuel TALMON, bajo la modalidad virtual y según el detalle que obra en el Anexo de la presente Resolución.

ARTÍCULO 2°. Regístrese, comuníquese. Pase a la Secretaría de Cultura y Extensión Universitaria a efectos de dar la mayor difusión a la presente y a la Consultora de la UNLPam. Disponer la carga de la presente en el Sistema Web de Actos Resolutivos de la Universidad Nacional de La Pampa. Cumplido, archívese.

Firmado digitalmente por Abog. Sebastian País Rojo

Firmado digitalmente por Yamila Magiorano

Esp. Oscar Daniel ALPA
RECTOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PAMPA

Firmado digitalmente por Oscar D. Alpa
Ubicación: Santa Rosa, La Pampa, Arg

Corresponde Resolución Nº 330/2021

ANEXO
WORKSHOP: POTENCIA TU MARCA PERSONAL

Fundamentación:
En el proceso de digitalización de las cosas que estamos atravesando en este siglo XXI, nuestros hábitos de consumo han ido acompañando ese proceso y como emprendedoras y emprendedores tenemos que estar adaptados y adaptadas a las nuevas vidrieras digitales.

Las redes sociales potenciaron la visibilidad de las "Marcas personales", dado que con un costo mínimo de inversión y con un gran compromiso del/la emprendedor/a se pueden conseguir resultados para plantear objetivos claros, medibles y realizables. En este contexto nace el concepto de emprendedores digitales, que exige estar adaptados y adaptadas a estos nuevos sistemas de comunicación, con mayores competencias, para las que el contenido y el estudio empático del cliente, son herramientas fundamentales para potenciar "Marcas personales".

Con un mercado digitalizado pueden venir aparejadas conductas y comportamientos que condicionen nuestro crecimiento como emprendedores y emprendedoras digitales, así como potenciarlo exponencialmente. Una estrategia de comunicación, junto con estudios empáticos del cliente, van a dar información de ¿Qué publicar?, ¿Cuándo?, ¿Cómo se van a dirigir?, ¿Cómo subir el contenido (historias, reel, carrousel, etc.)? y fundamentalmente van a marcar el camino a seguir en la rutina diaria del emprendedor o emprendedora digital. Facebook cuenta con herramientas integradas que permiten la planificación mensual con objetivos a alcanzar.

La estrategia va a permitir entender la situación real de la marca dentro del sistema al que pertenece: cuál es la categoría, ¿quién la lidera a nivel regional, nacional, mundial; cuál es el producto o servicio que ofrecemos? ¿Cómo se dirigen a sus clientes?; cuál es el valor agregado que le van a ofrecer a sus clientes; ¿por qué es importante educar a la audiencia?

El estudio empático del cliente implica ponerse en la piel del consumidor o consumidora y predispondrá una relación con el cliente que facilite la decisión de compra del producto o servicio que se esté ofreciendo, porque el resultado del estudio es encontrar el problema que se le va a resolver al cliente. Tanto Facebook como Instagram cuentan con herramientas para medir el alcance e información demográfica del cliente.

Objetivo:
El objetivo del Taller es brindar a la audiencia un panorama general de por qué es indispensable el uso de redes sociales para comenzar emprendimientos personales. Nuestra idea es que el taller sirva de plataforma de lanzamiento para los proyectos personales de los y las participantes. Para ello, proponemos tres (3) encuentros:

Corresponde Resolución Nº 330/2021

Temario:

Día 1:

- Introducción
- Presentación del concepto "emprendedores y emprendedores digitales"
- Hábitos saludables para emprendes en redes sociales – Parte I
- Uso integral de la marca Facebook, Instagram y WhatsApp
- Facebook- Parte I: centro de administración de cuentas empresariales
- Instagram: optimización de cuentas empresariales para destacarte de la competencia
- Estrategia digital: creación y planificación del contenido
- BONUS I: *Google Bussines*, la importancia de aparecer en las búsquedas de Google.

Día 2:

- Hábitos saludables para emprender en redes sociales – Parte II
- Facebook – Parte II: Configuración de la tienda para mostrar productos y servicios
- Instagram – Parte II: ¿Cómo funciona el algoritmo? ¿Qué, cómo y cuándo publicar?
- WhatsApp- Parte I: el centro de la estrategia de comunicación
- Estudio empático del/la cliente
- BONUS II: Tik Tok ¿Lo utilizan las empresas?

Día 3:

- Administración de anuncios: ¿Cómo crear una campaña publicitaria?
- WhatsApp – Parte II: herramientas para atención al cliente
- ¿Qué valor tiene su trabajo?
- BONUS III: paquete de aplicaciones para crear y administrar contenido para las redes sociales
- Escuchar a los y las participantes de sus propias experiencias como emprendedoras y emprendedores