

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN: INSTITUTO DE ENSEÑANZA SUPERIOR N° 6017
"PROF. AMADEO R. SIROLLI". ANEXO CAMPO SANTO.

CARRERA: TECNICATURA SUPERIOR EN GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS.

PLAN DE ESTUDIOS: N° 8966/18.

AÑO: 2.023

CAMPO: FORMACIÓN ESPECÍFICA.

CURSO: TERCER AÑO. **DIVISIÓN:** PRIMERA.

ASIGNATURA: SOCIAL MEDIA Y RECURSOS HUMANOS

DOCENTE RESPONSABLE: LIC. MARCELO DAVID PLAZA

RÉGIMEN DE LA ASIGNATURA: 1° CUATRIMESTRE.

CANTIDAD DE HORAS-CÁTEDRAS: 4 HS.

CONDICIONES PARA REGULARIZAR:

1. **70 % de asistencia a clase** (60% con certificación médica o laboral probatoria), según dispuesto en el art. 36 del Reglamento Académico Marco N°2484/13 (RAM).
2. **Aprobación del 80% de los trabajos prácticos** (presenciales y en plataforma virtual).
3. **Aprobación de 1 (uno) parcial con una calificación no menor a 6 (seis), en primera instancia o en recuperatorio**

CONDICIONES PARA RENDIR COMO ALUMNO REGULAR

- Cumplimentar las exigencias para regularizar la materia.
- Presentarse en mesa examinadora con programa curricular, DNI y libreta de calificaciones.
- Según circular 001/16 de la D.G.E.S., se establece que *"los exámenes finales deben ser orales salvo espacios indicados"*.
- Para aprobar el examen final los estudiantes deberán obtener como mínimo una calificación de 4 (cuatro) puntos en una escala de 1 (uno) a 10 (diez) puntos. (Art 55 del RAM 2484/13)

MARCO TEÓRICO

La cátedra de "Social Media y Recursos Humanos" tiene como propósito abordar las técnicas y aplicaciones de las herramientas que proveen las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para abordar con una mirada estratégica la gestión del talento y, con ello, atraer, incorporar, desarrollar, retener y asegurar la sucesión de personas y equipos alineados con los desafíos y prioridades estratégicas de la organización, fomentando el trabajo colaborativo. En otras palabras, la gestión de personas está enfrentando una serie de desafíos a la luz de la metamorfosis de las tecnologías, las plataformas sociales y los entornos interactivos, transformando el entorno social y generando nuevos contextos que implican reconsiderar el escenario que hoy ocupan los recursos humanos. En consecuencia, las organizaciones evolucionan, surgen nuevos modelos de negocios y nuevas formas de trabajo mediadas en lo que llamamos la Ecología de Medios (Scolari, 2015).

Las redes sociales se han convertido en una herramienta indisoluble para los departamentos de recursos humanos (RRHH) en la búsqueda y selección de talentos, así como en la gestión de la marca empleadora y la comunicación interna de las organizaciones. De esta manera, la asignatura tiene su riqueza disciplinar en el abordaje metodológico y práctico de los diferentes procesos de gestión organizacionales mediados por las TIC, proporcionando a los estudiantes los conocimientos y las habilidades necesarias para utilizar y gestionar de manera efectiva las redes sociales en el ámbito de los recursos humanos. Así mismo, se propone un abordaje interpretativo sobre el uso de las redes sociales y plataformas de contenidos dentro de las organizaciones promoviendo la colaboración horizontal, las presentaciones efectivas, la innovación empresarial, la gestión de la marca empleadora y la retención del talento intelectual (Branding Employer & Employee Engagement), las nuevas técnicas de selección, reclutamiento y fidelización del capital humano, y el aprendizaje electrónico (E-Learning) generado desde los entornos digitales.

Desde hace años venimos experimentando la progresiva pérdida de peso del broadcasting¹ frente al avance de los contenidos digitales multimediales en las nuevas plataformas y hacia las nuevas pantallas (Smartphones, SmartTV's, tablets, servicios digitales, etc.), alterando de forma progresiva los consumos culturales que realizan las personas. Hacia el advenimiento de la Web 3.0 y 4.0, las empresas y organizaciones necesitarán adaptar sus programas de aprendizaje y desarrollo para asegurarse de que

¹ El Broadcasting se refiere a la transmisión masiva de información mediante los medios de comunicación electrónicos (Radio y TV). Esta forma de comunicación reside en el carácter unidireccional, es decir, que la información sólo se transmite desde el emisor al receptor sin que exista un intercambio directo entre ellos. Generalmente, se vinculó el término para mencionar a la radiodifusión o al servicio de emisión de señales de radio y TV, el cual estaba destinado a un público generalizado o muy amplio.

los empleados tengan las habilidades y los conocimientos necesarios para tener éxito en un entorno laboral más personalizado.

Por lo tanto, empresas y organizaciones se encuentran en un estado de transición hacia los entornos digitales e interactivos, donde la cualificación del empleado se segmenta cada vez de forma específica prestando una mayor atención a las competencias de los empleados y al papel que ocupan los Social Media dentro de las organizaciones. En este sentido, los departamentos de recursos humanos pueden desempeñar un papel preponderante en la implementación de nuevas estrategias de comunicación para fomentar la colaboración y el diálogo entre los empleados.

Dentro de este escenario de transformación de los medios digitales, en los Recursos Humanos han surgido consignas como:

- **El Social Networking:** Entendidas como las prácticas de establecer y mantener contactos profesionales a través de las plataformas (LinkedIn, CompuTrabajo, Instagram, Facebook, Twitter, etc.). Y, en esencia, es una forma de establecer relaciones y conexiones con personas que pueden ser útiles para el desarrollo profesional como así la orientación a la búsqueda de oportunidades laborales.
- **El trabajo colaborativo y la inteligencia colectiva:** En las redes sociales, es cada vez más común que múltiples usuarios trabajen en equipo para alcanzar un mismo objetivo. Asimismo, la inteligencia colectiva actúa para resolver los problemas y tomar decisiones de manera más efectiva y creativa.
- **El rol del potenciador de comunidades:** Este perfil enfatiza las funciones del profesional en RRHH a partir de las estrategias que se pueden implementar mediante las redes sociales, teniendo como eje la producción y gestión de contenidos digitales (Imágenes gráficas, piezas audiovisuales y sonoras, tareas de ofimática, etc.), lo cual pueden ser una herramienta valiosa para cualquier empresa u organización, acentuando los valores culturales, los beneficios y las oportunidades que incuban en ellas.

De este modo, demarcamos lo esencial que son los Social Media para el profesional en Gestión de Recursos Humanos, ya que se ha convertido en una herramienta transcendental para lograr la mejora de la política comunicacional al capital humano, desde la atracción del talento, la gestión del aprendizaje E-Learning, la comunicación interna, la gestión de la reputación, la formación y el desarrollo, como así el fomento del compromiso de los actores sociales que integran cualquier empresa u organización.

OBJETIVOS GENERALES

Que los alumnos logren:

- Desarrollar habilidades y técnicas para la gestión de los recursos humanos en el escenario digital como en los entornos interactivos y colaborativos.
- Delimitar estrategias para fortalecer la comunicación interna/externa de una organización.
- Comprender cómo las redes sociales pueden utilizarse para atraer, retener y fidelizar el talento humano.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar una estrategia de comunicación para desarrollar la Gestión de Marca (Employer Branding) y el liderazgo corporativo, con especial énfasis en la cultura y el aprendizaje colaborativo.
- Identificar las plataformas de selección y reclutamiento electrónico que provee Internet.
- Realizar la gestión de campañas en redes sociales, combinando acciones propias del Community Management y del Social Media Manager con las estrategias de reclutamiento y selección.

CONTENIDOS

El cursado de la materia se estructura a partir de la siguiente organización jerárquica de contenidos.

EJE N.º 1: Introducción al Social Media y los Recursos Humanos.

De la Web 1.0 a la Web 2.0. Ecología de medios y mediamorfosis. Introducción a los Social Media. RRHH 2.0 a 4.0. El Reclutamiento y Selección en el entorno digital. Bookmarking. Branding Employer & Employee engagement. La organización y la Web 4.0. La Revolución en la Gestión y Selección de Personal. Del liderazgo tradicional al liderazgo colaborativo. Medios y redes sociales. Herramientas de análisis de información.

Herramientas: Creación de cuentas profesionales en redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram). Lectura de métricas y analíticas en redes sociales. Carta de presentación. Perfil por competencias. Plataformas para el trabajo colaborativo en la nube.

Bibliografía:

- Alles, M. (2014). Social Media y Recursos Humanos. Buenos Aires. Granica.
- Borja, P. C (2012). Blogs, Micro blogs y Wikis. Universidad Pontificia de Salamanca. Campus de Madrid.
- Garcilazo, C., & Joya Galán, O. M. (2019). La evolución en la metodología de reclutamiento en las empresas argentinas desde 1990 a la actualidad. Escuela de Economía y Negocios. Lic. en Administración y Gestión Empresarial. UNSAM. <https://ri.unsam.edu.ar/handle/123456789/955>
- Peña, L. M., & Urbelz, J. P. (2015). Employee engagement: la asignatura pendiente. Informe especial. Desarrollando Ideas. Madrid.
- Scarponetti, B. (2022). Las Redes Sociales y su uso en RR.HH. Entrevista en Factorial LATAM: Recursos Humanos. [Material Audiovisual]. <https://bit.ly/3MJ0CZK>
- Ávila, A. (2017) Recursos humanos en la era de la digitalización. Randstad Argentina. [Material Audiovisual]. <https://youtu.be/zei7Bs5Pmho>

EJE N.º 2: Estrategias y herramientas para la gestión del talento en el escenario digital.

Análisis de las necesidades de los recursos humanos en el escenario digital. Reclutamiento 3.0 y 4.0. Headhunting (Cazatalentos) 3.0. Perfil del Reclutador 3.0. Gestión del social media dentro de la organización. Presentaciones efectivas para la gestión de marca. Políticas, social media y selección de personas. Organización colaborativa mediante los entornos digitales. Análisis FODA en Social Media.

Herramientas: Creación de cuenta en LinkedIn. Elaboración de Glosario Digital. Identificación de las principales bolsas de trabajo digitales.

Bibliografía:

- Alles, M. (2013). Las 35 preguntas que un profesional debe saber sobre gestión por competencias. [Material Audiovisual]. <https://youtu.be/hHYIUB3Jjyc>
- Alles, M. (2019) Cómo desarrollar las competencias digitales. [Material Audiovisual]. https://youtu.be/TXkbOX_hfAk
- Lanuque, A. (2019). Headhunting. Cuarta edición del ciclo de "Videos de Formación & Training". [Material Audiovisual]. <https://youtu.be/FVcEZuKaRTY>
- Mateos, S., & Burrueco, A. (2018). Guía definitiva: Métricas en Redes Sociales. CoolTabs.
- Solans, G. T. (2021). La diferencia entre el Reclutamiento Tradicional y el Inbound Recruiting. [Material Audiovisual]. <https://youtu.be/pB0r0OOgVfg>

EJE N.º 3: Capacitación y fortalecimiento de las organizaciones en entornos digitales.

E. Learning y M-Learning. Nueva era de la colaboración: wikis y otras aplicaciones. Gestión de Marca: Estrategias para mejorar la imagen empresarial. Gestión de crisis en las redes sociales. Comunicación efectiva en redes sociales: estrategias para comunicar mensajes clave de manera efectiva. Creación del área de Capacitación. Comunidades virtuales de aprendizaje.

Herramientas: Caracterización de plataformas E-Learning como Google Classroom, Microsoft Teams, Edmodo y sitios de capacitación como LinkedIn Learning. Capacitación por teleconferencias.

Bibliografía:

- Ghirardini, B. (2014). Metodologías de E-learning. Una guía para el diseño y desarrollo de cursos de aprendizaje empleando tecnologías de la información y las comunicaciones. Roma, Italia: ONU.
- Godoy, R. (2021). ¿Qué hacer desde RR.HH. en tiempos de crisis?. Entrevista en Factorial LATAM: Recursos Humanos. [Material Audiovisual]. https://youtu.be/dtzVCGx_N3A
- Moravec, W. J. (Ed). (2013) Repensando el desarrollo del capital humano en la Sociedad Knowmad. Minneapolis: Education Futures.
- Randstad Argentina (2017) Claves para una organizar una presentación efectiva. [Material Audiovisual]. <https://youtu.be/rl8EY4bN7aY>
- Quijano Diaz, L. (2017). Las presentaciones orales efectivas online. En Curso LinkedIn Learning sobre Presentaciones orales online efectivas. [Material Audiovisual].

METODOLOGÍA DE TRABAJO.

A partir de los planteos de Rebeca Anijovich & Silvia Mora (2010), sostienen que el aprendizaje de los alumnos se estructura como: "el conjunto de decisiones que toma el docente para orientar la enseñanza con el fin de promover el aprendizaje de sus alumnos". En este sentido, entendemos que el trayecto formativo que se implementa desde la cátedra se constituirá como un espacio donde la práctica se vincula y enriquece con la teoría, y la teoría se concretiza y reflexiona en la práctica. Así, para acompañar el proceso de aprendizaje es necesario, desde la enseñanza, crear un ciclo constante de reflexión - acción - revisión o de modificación acerca del uso de las estrategias pedagógicas.

Por lo tanto, la metodología a implementar en la asignatura tiene su sustento en el trabajo colaborativo, donde los estudiantes realizarán – de manera individual y

mediante equipos de trabajo – trabajos prácticos (presenciales y en plataforma virtual), exposiciones respecto a la lectura del material teórico, creación de contenidos colaborativos y multimediales, diseño de campañas en redes sociales, actividades de análisis de casos e intervención y resolución de los problemas, entre otras actividades que se abordará durante la cursada. Los espacios, los tiempos y los agrupamientos serán un factor variable que responderá a las estrategias planteadas para cada contenido.

Así también, es preciso recordar que los estudiantes de Social Media y Recursos Humanos ya se encuentran en su último año del trayecto formativo profesional y pueden ser considerados como estudiantes avanzados, con capacidad de intervenir en el campo social y laboral ya que han adquirido un alto grado de madurez académica y tienen la capacidad de autogestionar su propio aprendizaje. Para gestionar esta autonomía del aprendizaje, la asignatura propicia que adquieran un papel más activo, reflexivo, crítico y colaborativo respecto a la participación y sensibilización sobre los recursos humanos, teniendo en cuenta el rol que adquieren las nuevas tecnologías para abordar los procesos de selección y reclutamiento, el fortalecimiento organizacional e institucional, el desarrollo de la cultura de la empresa, la gestión de la marca y los procesos de aprendizaje y capacitación en línea. Para ello, el desarrollo metacognitivo de los estudiantes será el ámbito desde donde se pueda exponer e intercambiar ideas, opiniones y experiencias con sus pares con el fin de enriquecer el aprendizaje.

Así también, la evaluación formativa es la que determina la forma en que se realiza el aprendizaje, tomando como eje a la meta-evaluación como elemento fundamental para el desarrollo de las competencias e idoneidades del futuro egresado. Como estrategia de evaluación sumativa, se espera que los estudiantes logren hacer presentaciones de carácter oral y escrita, entre otras actividades que se desplegarán en el cursado de la materia.

De este modo, creemos firmemente que la propuesta desde la que se estructura la cátedra permitirá que, – a partir de la implementación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en los diversos procesos de gestión de los RRHH – el graduado pueda desarrollar una planificación estratégica situacional a partir de la implementación de las TIC dentro de las organizaciones, lo que permitirá además tener una visión más amplia e integrada de los procesos que se implementan de manera colaborativa, mejorando la eficiencia y eficacia en la gestión de la marca, y ser competitivo en el mercado laboral actual.

Plataforma educativa

Para responder a las distintas problemáticas que se susciten dentro del alumnado en relación al tiempo y las responsabilidades, se va a llevar adelante un espacio de extensión virtual del aula utilizando el método E-learning en la plataforma

Google Classroom. En dicha aula digital se desarrollarán, foros de consulta, carga del dossier bibliográfico y de recepción de trabajos prácticos, como así la implementación de una MEDIATECA que albergue materiales y recursos de tipo gráfico, audiovisual y multimedial, el cual sirva de apoyo para los estudiantes respecto a los contenidos de las unidades teóricas-prácticas.

EVALUACIÓN

María Cristina Davini (2008) postula que la Evaluación es un proceso que “valora la evolución de los alumnos hacia los objetivos de la enseñanza y sus propósitos más significativos, y que tiene efectos sustantivos en el desarrollo de los estudiantes”. En este sentido, la tomamos como un instrumento que valora la evolución de los alumnos hacia los objetivos de la enseñanza, que verifica y revisa el “cómo” se están desarrollando los procesos de enseñanza y aprendizaje, permitiéndonos intervenir en el proceso reajustando las tomas de decisiones para garantizar la acción educativa.

De esta manera, se plantea que la modalidad evaluativa no sea estática, sino dinámica. En otras palabras, la evaluación tendrá un carácter formativo, continuo, integral, sistemático y orientador en el proceso de Enseñanza – Aprendizaje del espacio curricular. Así también, se recurrirá a la autoevaluación de los alumnos, retroalimentación entre pares y la reflexión metacognitiva, de manera que sea una práctica compartida y no verticalizada.

Criterios de evaluación

- Desarrollo de un pensamiento reflexivo-crítico.
- La intervención fundamentada en las clases.
- Dominio de conocimientos teóricos, prácticos y multimediales para la resolución de problemas anclados en los procesos de enseñanza y de aprendizaje.
Capacidad de vincular los conocimientos aprehendidos en otros espacios curriculares, teniendo en cuenta el escenario digital e interactivo de los social media.
- Compromiso, creatividad y originalidad en la producción de los trabajos prácticos.
- Disposición para el trabajo individual, colectivo y colaborativo.
- Uso de forma pertinente y eficiente de las herramientas tecnológicas para generar contenidos multimediales para las redes sociales.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL Y ESPECÍFICA Y/O COMPLEMENTARIA.

- Alles, M. (2014). Social Media y Recursos Humanos. Buenos Aires: Granica.
- Alles, M. (2013). Las 35 preguntas que un profesional debe saber sobre gestión por competencias. [Material Audiovisual]. <https://youtu.be/hHYIUB3Jjyc>
- Ávila, A. (2017) Recursos humanos en la era de la digitalización. Randstad Argentina. [Material Audiovisual]. <https://youtu.be/zei7Bs5Pmho>
- Lanuque, A. (2019). Headhunting. Cuarta edición del ciclo de "Videos de Formación & Training". [Material Audiovisual]. <https://youtu.be/FVcEZuKaRTY>
- Borja, P. C (2012). Blogs, Micro blogs y Wikis. Universidad Pontificia de Salamanca. Campus de Madrid.
- Ghirardini, B. (2014). Metodologías de E-learning. Una guía para el diseño y desarrollo de cursos de aprendizaje empleando tecnologías de la información y las comunicaciones. Roma, Italia: ONU.
- Godoy, R. (2021). ¿Qué hacer desde RR.HH. en tiempos de crisis?. Entrevista en Factorial LATAM: Recursos Humanos. [Material Audiovisual]. https://youtu.be/dtzVCGx_N3A
- Mateos, S., & Burrueco, A. (2018). Guía definitiva: Métricas en Redes Sociales. CoolTabs.
- Moravec, W. J. (Ed). (2013) Repensando el desarrollo del capital humano en la Sociedad Knowmad. Minneapolis: Education Futures.
- Peña, L. M., & Urbelz, J. P. (2015). Employee engagement: la asignatura pendiente. Informe especial. Desarrollando Ideas. Madrid.
- Randstad Argentina (2017) Claves para una organizar una presentación efectiva. [Material Audiovisual]. <https://youtu.be/rl8EY4bN7aY>
- Scarponetti, B. (2022). Las Redes Sociales y su uso en RR.HH. Entrevista en Factorial LATAM: Recursos Humanos. [Material Audiovisual]. <https://bit.ly/3MJ0CZK>
- Solans, G. T. (2021). La diferencia entre el Reclutamiento Tradicional y el Inbound Recruiting. [Material Audiovisual]. <https://youtu.be/pB0r00OgVfg>
- Quijano Diaz, L. (2017). Las presentaciones orales efectivas online. En Curso LinkedIn Learning sobre Presentaciones orales online efectivas. [Material Audiovisual].



Lic. Marcelo D. Plaza.