

ESTRATEGIA DE ACOMPAÑAMIENTO EN REDES SOCIALES DEL
PROGRAMA EN YOUTUBE CUI, ESPACIO UNIVERSITARIO DE LA
UNIVERSIDAD DE IXTLAHUACA, MÉXICO.

MARÍA ALEJANDRA GARCÍA AYALA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA- SECCIONAL BUCARAMANGA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL- PERIODISMO
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
BUCARAMANGA
2018

ESTRATEGIA DE ACOMPAÑAMIENTO EN REDES SOCIALES DEL
PROGRAMA EN YOUTUBE CUI, ESPACIO UNIVERSITARIO DE LA
UNIVERSIDAD DE IXTLAHUACA, MÉXICO.

MARÍA ALEJANDRA GARCÍA AYALA

Proyecto de grado presentado como requisito para optar por el título de:
COMUNICADOR SOCIAL- PERIODISTA

HÉCTOR MAURICIO GÓMEZ MORA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA- SECCIONAL BUCARAMANGA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL- PERIODISMO
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
BUCARAMANGA
2018

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Escribe aquí la Ciudad y Fecha (día, mes, año) (Fecha de entrega)

AGRADECIMIENTOS

Primero que todo agradezco a Dios por permitirme terminar este gran proyecto con éxito, también a mi familia por brindarme todo su apoyo, por ser quienes me acompañaron día y noche en este largo proceso, por confiar en mí y en mis habilidades. Gracias tía, abuelos y hermana por ser mi pilar fundamental durante estos años en formación.

Me gustaría agradecer a mi director de pasantía, Héctor Mauricio Gómez Mora por su esfuerzo y dedicación en este proceso, por apoyarme en estos meses con sus conocimientos y orientaciones.

Por otro lado, estoy supremamente agradecida con la Universidad de Ixtlahuaca por brindarme todo su apoyo, por cumplir uno de mis sueños, por hacerme sentir como en casa, por todo el conocimiento que me regalaron y sobre todo por ayudarme a formar como una excelente profesional.

Finalmente, a la Universidad Pontificia Bolivariana por brindarme las herramientas para formarme como una profesional integra y a los docentes que entre todas sus exigencias lograron educarme, fue un camino largo pero fascinante.

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN.....	10
2. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	15
2.1 GENERALIDADES	15
2.2 RESEÑA HISTÓRICA.....	15
3. OBJETIVOS	19
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	19
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	19
4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS.....	20
5. DESCRIPCIÓN DE OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
5.1 OBJETIVO 1	21
5.1.1 Seguimiento en redes sociales- aplicación de diagnóstico.	21
5.2 OBJETIVO 2	24
5.2.1 Crear un plan de contenidos digitales para las redes sociales del programa	24
5.3 OBJETIVO 3	29
5.3.1 Producir y contribuir con los contenidos audiovisuales para el programa televisivo.....	29
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	31
6. BIBLIOGRAFÍA.....	33
ANEXOS	34

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Cronograma de actividades desarrolladas	20
Tabla 2 Información Facebook.....	22
Tabla 3 Hacer presencia en nuevas redes sociales (Instagram)	25
Tabla 4 Contenidos para redes de facebook e instragram	26
Tabla 5 calendario editorial de octubre de 2018	27

LISTA DE IMÁGENES

	Pág.
Imagen 1 Publicaciones que se realizaban antes del diagnostico.....	24
Imagen 2 Tipos de contenidos a publicarse	26
Imagen 3 Tabulaciones realizadas directamente por Facebook	28
Imagen 4 Página de inicio fan page en Facebook	29
Imagen 5 capsula culturiando para el programa	30

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO 1 Calendario editorial	34
ANEXO 2 Publicaciones realizadas en Facebook.....	37
ANEXO 3 Cuenta de Instagram del programa	41
ANEXO 4 Métrica de alcance en redes sociales de octubre 2018 a enero 11 de 2019	43
ANEXO 5 Tabulación según Facebook.....	47

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: ESTRATEGIA DE ACOMPAÑAMIENTO EN REDES SOCIALES DEL PROGRAMA EN YOUTUBE CUI, ESPACIO UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD DE IXTLAHUACA, MÉXICO.

AUTOR(ES): María Alejandra García Ayala

PROGRAMA: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR(A): Héctor Mauricio Gómez Mora

RESUMEN

Las redes sociales hoy por hoy han alcanzado un rol indispensable para la visibilización de las diferentes empresas e industrias, estas necesitan mantener a sus usuarios o consumidores actualizados con los servicios que ofrecen y que mejor plataforma que las redes sociales para hacerlo. Es por esto, que este informe de pasantía buscó crear una estrategia de redes sociales para el programa CUI, Espacio Universitario, con el fin de lograr una mayor visibilización de su programa y contenidos. De acuerdo al cumplimiento de los objetivos planteados en la modalidad de pasantía, se desarrollan diferentes actividades dentro del área de producción audiovisual de la Universidad de Ixtlahuaca, donde se afrontaron diferentes retos y crearon múltiples contenidos que ayudaron a tener un mejor manejo de las redes sociales de este programa universitario.

PALABRAS CLAVE:

Redes Sociales, Estrategia en redes, contenidos digitales, YouTube., Comunicación digital.

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: ACCOMPANYING STRATEGY IN SOCIAL NETWORKS OF THE YOUTUBE CUI PROGRAM, UNIVERSITY SPACE OF THE UNIVERSITY OF IXTLAHUACA, MEXICO.

AUTHOR(S): María Alejandra García Ayala

FACULTY: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR: Héctor Mauricio Gómez Mora

ABSTRACT

Social networks today have achieved an indispensable role for the visibility of different companies and industries, these need to keep their users or consumers updated with the services they offer and what better platform than social networks to do so. This is why this internship report sought to create a social media strategy for the CUI program, Espacio Universitario, in order to achieve greater visibility of its program and contents. According to the fulfillment of the objectives established in the internship modality, different activities are developed within the area of audiovisual production of the University of Ixtlahuaca, where different challenges were faced and created multiple contents that helped to have a better management of social networks of this university program.

KEYWORDS:

Social Networks, Strategies in networks, digital content, YouTube, Digital communication.

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

INTRODUCCIÓN

La transformación de los medios digitales en los últimos 10 años ha venido siendo vertiginosa, múltiples empresas han surgido en plataformas como Facebook, Twitter, YouTube, Pinterest, entre otras cuantas. Esto ha sumado a la masificación y diversificación de acceso a internet, siendo así, todo esto presenta retos y oportunidades que se empiezan a vislumbrar ya que los consumidores le han dado la bienvenida y han venido presentándose como de manera creciente.

“Internet no es solo un medio publicitario sino una plataforma de comercialización que abre nuevas oportunidades a las empresas y está cuestionando el modelo de negocio actual de bastantes de ellas (entretenimiento, equipo de cómputo y fotografía, servicios de viaje y muchos otros más).” (Fernández, 2014)

Por otro lado, es importante recalcar que la convergencia digital está transformando la forma en la que el consumidor demanda e interactúa con los contenidos producidos. Tener acceso a ellos por variados dispositivos abre la gran posibilidad de interactuar con los consumidores en un proceso bidireccional que puede verse como parte de una estrategia comunicativa que busca aprovechar al máximo los recursos disponibles para comunicar los mensajes de la marca. Su transformación consiste en la convergencia de los televisores a plataformas en internet que resultan siendo muy atractivas para distribuir contenidos audiovisuales.

La creación de contenidos novedosos y la aparición de formatos diferenciados, obligan a las productoras a adaptarse a estas circunstancias, impuestas por el mercado audiovisual actual. El éxito reside en el desarrollo de formatos innovadores y en el aprovechamiento de formatos y conceptos clásicos. Muere la forma actual de hacer televisión, las tecnologías de la información están influyendo sobre los contenidos. Motivo por el que cadenas de televisión se ven obligadas a crear nuevos formatos ligados a las innovaciones que ofrece la técnica. El concepto tradicional

de producir televisión está agonizando. Pero nace una nueva forma de producción audiovisual.(Miranda, 2003)

Por supuesto, estos cambios no se estarían dando si no fuese por la conducta de los consumidores, ya que hoy gran parte de las personas cuentan con un dispositivo móvil, internet y cuentas en redes sociales. Las tecnologías digitales y las redes sociales en este momento tocan cada aspecto de la vida humana, es el caso de Facebook, que ha superado los mil millones de usuarios. “Según eMarketer, cinco de los principales diez países que pasan más tiempo en medios sociales están localizados en Latinoamérica: Argentina, Chile, Perú, Colombia y México. Además, México se encuentra en tercer lugar entre los cinco países líderes en redes sociales por su tasa de crecimiento de consumidores, después de India e Indonesia”(Fernández, 2014).

Así pues, para lograr entender un poco más el tema, podemos dar la definición de redes sociales, según Celaya (2008), las redes sociales son sitios existentes en internet en donde se publica y se comparte información de todo tipo, esto para que sea vista por otras personas, amigos, conocidos, entre otros grupos más lejanos que no tengan nada que ver con nuestra vida. Toda estas, pueden llegar a tener una función diferente siendo las mismas, pueden ser profesionales, generalistas, especializadas o si bien ser utilizadas como herramienta corporativa, entre otras, es por esto, que son consumidas por múltiples personas y estas también deben adaptarse a lo que pida el público.

En el año 2015, Manuel Moreno explicaba que muchas de las redes sociales existentes hoy en día pueden ser usadas desde diferentes aparatos electrónicos, ya que todas estas hoy por hoy poseen diferentes versiones que se adaptan a los dispositivos preferidos de cada usuario y también están disponibles en las múltiples tiendas de apps. Resalta de igual forma que dependiendo de los intereses de cada usuario este puede acceder a una aplicación tan solo descargándola en su equipo

preferido, si se desea estar en contacto con personas que están lejos o cerca se podrá hacer uso de WhatsApp o Line, si se desea compartir imágenes la más adecuada es Instagram, si la idea es conocer otras personas pues Tinder es la aplicación indicada y así con las diferentes acciones que se quieran realizar en las redes.

Por consiguiente, las posibilidades de interacción de las empresas con sus consumidores son muy variadas y van desde la retroalimentación, los espacios de promoción, información y mercadeo. Esto permite a la empresa ofrecer una dinámica focalizada a las necesidades de sus clientes. Por tanto, estas nuevas plataformas y redes llevan a que las diferentes empresas opten por nuevas miradas para distribuir sus contenidos. En el caso de la televisión, plataformas como Netflix y YouTube han venido acaparando toda la atención.

Viendo el panorama , las grandes cadenas de TV se suman a la moda de ofrecer sus programas en internet y tratan de buscar su nicho o audiencia a través del desarrollo de contenidos de entretenimiento a la medida de la red. Además, buscan proyectar su contenido en nuevos formatos para que estos sean vistos y entendidos por todo el público, pero además se tiene en cuenta tanto la plataforma como el dispositivo en el que será visto el programa o contenido. De este modo, los diferentes canales televisivos se difunden en internet al día siguiente de su emisión o en muchos casos mientras se va transmitiendo el programa por las televisoras se les va guiando a los consumidores de redes en lo que está pasando con el programa, todo esto contribuye a crear interacción con el público.

Cadenas de televisión como TV Azteca México, es un claro ejemplo del desarrollo de contenidos digitales para la búsqueda de audiencia, se evidencia en sus redes sociales nuevos formatos que alientan a sus seguidores a estar pendientes de los programas emitidos. Para ser más específicos, en el caso del programa de televisión Enamorándonos, que es transmitido por dicho canal, se publicaban

imágenes de lo que va sucediendo en el programa, videos invitando a la audiencia a no perderse el programa, fragmentos del programa y el link del mismo para que sus seguidores no se pierdan el programa y estén al pendiente de lo que pasa a tan solo un click en sus dispositivos.

Pero para llegar a la producción de estos contenidos, cada empresa cuenta antes con un plan de contenidos, que podría definirse en una estrategia de creación y gestión de información asociada a una marca, la cual permite comunicar una propuesta de valor para generar preferencia frente a otras opciones, es el caso de los canales de televisión, que crean su plan de contenidos para que este les ayude a captar la atención de su público objetivo, despertar mayor interés por sus producciones, conquistarlos y de esa manera convertirlos en sus grandes consumidores. Así pues, Según Vilma Núñez, de nada sirve crear contenidos, si no existe un plan que ayude a conseguir los objetivos trazados.

2. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

2.1 GENERALIDADES

La Universidad de Ixtlahuaca CUI, es una universidad que forma jóvenes con humanismo, compromiso y responsabilidad social. Sus servicios están dirigidos a la comunidad interesada en realizar sus estudios de preparatoria y formarse como licenciados en el país de México.

Esta institución ofrece los estudios de Preparatoria y las carreras en Derecho, Administración, Psicología, Contaduría, Comunicación, Diseño Gráfico, Ingeniería en Computación, Nutrición, Químico Farmacéutico Biólogo, Gastronomía y Lenguas, incorporadas a la Universidad Autónoma del Estado de México; Criminología y Arquitectura, incorporadas a la Secretaría de Educación Pública; las licenciaturas en Logística y Negocios Internacionales, Mercadotecnia, así como las maestrías en Administración y Derecho, incorporadas al Sistema de Educación del Estado de México. Por otro lado, la universidad cuenta con dos campus, el principal ubicado en el municipio de Ixtlahuaca, Estado de México, México y el campus Toluca, ubicado en la ciudad capital del Estado de México, México. Sus servicios están dirigidos a la comunidad interesada en realizar sus estudios de preparatoria y formarse como licenciados en el país de México.

2.2 RESEÑA HISTÓRICA

La Universidad de Ixtlahuaca CUI, nace en 1997 siendo una escuela preparatoria, pero al cumplir sus primeros 16 años decide convertirse el 11 de enero de 1993 en una Casa de Estudios de nivel Superior al constituirse en la asociación Civil denominada inicialmente Centro Universitario “Químico José Donaciano Morales,

luego Centro Universitario de Ixtlahuaca y actualmente Universidad de Ixtlahuaca CUI, institución que cumple 25 años de vida.

Desde hace 41 años esta institución emprendedora tenía la obligación moral de gestionar la llegada de estudios superiores, dada la mínima atención que en este rubro recibían los jóvenes del norte del Estado de México, solo 17 de cada 100 jóvenes eran atendidos en 1993, por ello representó un hecho histórico para Ixtlahuaca la llegada de la primera carrera profesional, la licenciatura en Derecho, que por la gran labor realizada en los últimos años de la Preparatoria, los rectores de la UAEM, primero Efrén Rojas Dávila y posteriormente Marco Antonio Morales Gómez, recibieron la solicitud y realizaron el trámite para que su Consejo Universitario otorgara la incorporación de este programa el 30 de junio de 1993; así se dio inicio a la universidad con los primeros 189 primeros alumnos de licenciatura y un trabajo difícil e intenso para construir su edificio. El plan era abrir varias carreras profesionales por lo que en 1996 llegaron las licenciaturas de Psicología e Ingeniería en Computación, que también fueron incorporadas en la gestión del Rector de la Uaem Marco Antonio Morales Gómez, ya el predio empezaba a cambiar con la construcción de sus edificios.

En 1998 llegan los estudios de las licenciaturas en Administración y Contaduría, se tuvo un importante apoyo del Dr. Ignacio Mercado Gasca, director en la UAEM de esa facultad; la especialidad en Derecho Procesal inició en el 2000 y el Centro de Enseñanza de Lenguas llegó en el 2001. Para estos programas se continuó con el crecimiento de su infraestructura.

Ante algunas gestiones de ampliación de la oferta educativa, que no fructificaron por no abrirse incorporaciones, la Universidad se dio a la tarea de diseñar y estructurar sus propios programas de estudio, así después de un arduo trabajo se obtuvo el reconocimiento de validez oficial de parte de la Secretaría de Educación Pública de las carreras de Arquitectura y Criminología; en 2006 se retomaron las incorporaciones con la UAEM llegando las licenciaturas en Diseño Gráfico y

Comunicación, que fueron inauguradas en el predio recién adquirido al que denominamos Campus Rehiletes; en ese mismo año se ofrecieron los primeros Estudios de Maestría de planes de estudios propios en las áreas de Administración y Derecho Fiscal que obtuvieron Reconocimiento de Validez Oficial por parte de la Secretaría de Educación del Gobierno del Estado de México; luego se construyeron nuevas instalaciones en el campus rehiletes para la llegada de Gastronomía incorporada a la UAEM con el apoyo de la Rectoría, Secretaria de Docencia y la facultad de turismo; en 2007 y las maestrías en Educación y Administración Escolar, Psicología de la Salud y Derecho Constitucional y Amparo obtuvieron el REVOE del Gobierno del Estado de México; en 2009 se sumó la licenciatura en Nutrición y se fortalecieron los posgrados con programas propios: el primer Doctorado en Educación y la maestría en Criminología. En cinco años esta institución creció con 13 programas académicos.

A partir de 2010 se incrementó la oferta educativa en un 40%, se realizó la apertura de la primera extensión universitaria en el Campus Toluca que inició con la Preparatoria " Instituto Universitario Cuitláhuac ", las Licenciaturas en Docencia en Idiomas y las Maestrías en Medios de Solución de Conflictos y Derecho Penal; en el Campus Ixtlahuaca se dio inicio a las licenciaturas de Químico Farmacéutico Biólogo, Lenguas y la Maestría en Administración de Tecnologías de la Información.

Dada la necesidad de la apertura de la licenciatura de la salud y ante diversas solicitudes que fueron negadas, se solicitó la incorporación de la carrera de Cirujano Dentista a la máxima casa de estudios del país, la UNAM, la que con beneplácito la otorgó en 2011, luego que se construyó su edificio en nueve meses y se trabajó en el equipamiento de laboratorios y clínicas con equipo de vanguardia, siendo su inauguración un gran acontecimiento. En ese mismo año iniciaron los Estudios de Mercadotecnia y Logística y Negocios Internacionales.

En 2013, llegó la segunda carrera incorporada a la UNAM: Ingeniería en Telecomunicaciones, Sistemas y Electrónica, y se celebró el XX aniversario de la Licenciatura en Derecho, con el inicio de su Doctorado. En este año también se sumó la Maestría en Comunicación y Periodismo Digital.

En el 2014, el Campus Toluca recibió las Licenciaturas en Mercadotecnia y Logística y Negocios Internacionales. En 2015 se consolidó la llegada de la licenciatura en Medicina, cuyo edificio se terminó de construir y equipar en 2014 y que tuvo que esperar la opinión técnica académica favorable del Comité para la formación de recursos humanos en salud e investigación y previa visitas y presentación de los indicadores exigidos. Así Después de años de trabajo constante la Universidad Nacional Autónoma de México la incorporó, siendo la séptima universidad del país en recibirla y la quinta institución en el Estado en impartirla.

Los Doctorados en Derecho y en Educación se abrieron en el Campus Toluca en 2015 y en 2016 se incorporaron las carreras de Música, Diseño de Modas, la Licenciatura en Entrenamiento Deportivo y Cultura Física, Música y Danza Folclórica Mexicana y en 2017 se generó el programa de la carrera número 25, la Licenciatura en Educación.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Crear una estrategia digital de redes sociales del programa CUI, Espacio Universitario para mejorar la interacción (me gusta y compartir) en el canal de YouTube.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico de la presencia en redes sociales del programa CUI, Espacio Universitario
- Crear contenidos digitales para redes sociales con el fin de lograr una divulgación adecuada del programa CUI, Espacio Universitario en YouTube.
- Acompañar la gestión audiovisual del programa CUI, Espacio Universitario.

4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Tabla 1. Cronograma de actividades desarrolladas

Estrategias	Acciones	Tiempo de ejecución				
		Sep.	Oct	Nov	Dic	Ene
Realizar un diagnóstico de la presencia en redes sociales del programa CUI, Espacio Universitario.	Realizar un seguimiento a las redes sociales para establecer el manejo que se les ha venido dando.					
Crear contenidos digitales para redes sociales con el fin de lograr una divulgación adecuada del programa CUI, Espacio Universitario.	Con base en los resultados obtenidos en el seguimiento, crear un plan de contenidos digitales para las redes sociales del programa.					
	Realizar un seguimiento a las redes sociales para validar temas de incremento de seguidores, reacciones a publicaciones y aceptación del contenido publicado.					
Acompañar la gestión audiovisual del programa CUI, Espacio Universitario.	Producir contenidos audiovisuales para el programa televisivo.					

Fuente: autora del proyecto

5. DESCRIPCIÓN DE OBJETIVOS ESPECÍFICOS

5.1 OBJETIVO 1

Realizar un diagnóstico de la presencia en redes sociales del programa CUI, Espacio Universitario.

5.1.1 Seguimiento en redes sociales- aplicación de diagnóstico.

Dentro de los objetivos del equipo del programa CUI Espacio Universitario, se encuentra mejorar la interacción en redes sociales y plataforma de YouTube. Es por esto, que inicialmente se realizó un diagnóstico para saber en qué condiciones estaban estas plataformas y qué tipo de información era la publicada en ellas.

Esta fue la primer actividad llevada a cabo, se reconoció cada uno de los datos de la empresa existentes en redes sociales, seguidores, publicaciones, me gustas, publicaciones más vistas, alcances, entre otros ítems a tener en cuenta.

La ficha de observación para los canales de comunicación se realizó bajo una ficha ya creada por la profesional Zully Velazco Carrillo, (2013), y se modificó de acuerdo a las necesidades de evaluación pertinentes para el caso de CUI Espacio Universitario.

Se aplicó la ficha de observación en los distintos canales de comunicación existentes dentro de CUI Espacio Universitario, tales como: Facebook y YouTube. Dentro de los criterios que se tuvieron en cuenta, se maneja la interacción, navegabilidad, información posteada, y seguidores.

Tabla 2. Información Facebook

INFORMACIÓN DE LA EMPRESA																							
NOMBRE		CUI Espacio Universitario																					
DIRECCIÓN WEB		www.facebook.com/cui.espaciouniversitario																					
DIRECCIÓN FÍSICA								Municipio		Ixtlahuaca													
LEMA																							
INFORMACIÓN DE FACEBOOK																							
¿Cuentan con un perfil o con un grupo en Facebook?								SI		x		NO											
URL del grupo																							
URL de Fan Page		www.facebook.com/cui.espaciouniversitario																					
¿Cuántos amigos en el primero?								¿cuántos miembros en el segundo?															
¿Tienen FanPage en Facebook?				x				¿A cuántas personas les gusta?				8099											
¿Se interactúa desde este sitio web?								SI				NO		x									
El FanPage no genera interacción con su público, no responde mensajes, ni comentarios.																							
¿Qué se comparte?: Promos de los programas a emitirse, enlaces de los programas emitidos, videos, convocatorias, avisos, inscripciones, entre otros publicados por el fan page oficial de la universidad. La mayoría sin su redacción respectiva.																							
¿Permiten que los amigos o fans interactúen?								SI		x		NO											
¿De qué manera se permite esto?: Se permiten los comentarios, me gusta y mensajes de los fans sin ninguna restricción.																							
¿Qué tipo de información se comparte en esta página?																							
Fotos				Vídeos		x		Enlaces		x		Audio				Otros							
¿Cuál(es)?																							
¿La comunidad CUI interactúa, empleando esta red social para tal fin?																							
Se evidencia poca interacción de la comunidad, son pocos los comentarios encontrados pero por otro lado, el alcance de las publicaciones es bueno según índices de la última semana, es decir, del 20 al 26 de sep.																							
¿Qué información generan estos amigos o fans?																							
Son muy pocos lo comentarios que se realizan al contenido publicado, se evidencian algunas sugerencias para el programa pero no en los últimos. Hacen algunas preguntas en mensajes directos que no son respondidos.																							
Resumen de la página																							
Visitas previas del 20- 26 de sep								64															
Durante esta semana no se registraron acciones de la página, sim embargo las estadísticas muestran que 64 personas vieron en su inicio																							
Visitas previas perfil								4															
En la semana tan solo 4 personas escribieron el nombre de la página para obtener una vista previa de su contenido.																							
Alcance		5073																					
interacción con las publicaciones		293		Me gusta, comentarios y compartidos de las últimas publicaciones																			
videos		189		Número de reproducciones de videos durante la semana. Según las estadísticas disminuyó en un 70%.																			
Seguidores de la página (en la última semana)								5															
En cuanto al contenido más visualizado, comentado y compartido están los promos de programas como																							
¿Cuentan con un canal en Youtube?								SI		x		NO											
URL del canal		www.youtube.com/user/uicuiedu																					
Observaciones: En general, los videos publicados cuentan con un máximo de 500 reproducciones aproximadamente y alrededor de 10 likes, en un rango de un mes. En una semana puede contar con entre 150 y 350 reproducciones. La plataforma cuenta con 1,6 mil suscriptores.																							
¿Cada cuánto lo actualizan?																							
Cada hora				Diario				Semanal		x		Mensual				Anual				No lo actualizan			
Según el evento				Otro				¿Cuál?															

Fuente: Zully Velazco Carrillo, (2013)

El programa CUI Espacio Universitario cuenta con un fan page donde a través de ella se publicaban promocionales de los programas a emitirse, publicaciones de la fan page oficial de la universidad y links de los programas nuevos. Durante el diagnóstico realizado se pudo apreciar que no se tenía mucho contacto con los seguidores, no se respondían mensajes, ni comentarios. Las publicaciones eran poco atractivas y muy pocas, los promocionales eran publicados cada semana, pero no todas las semanas había uno, en cuanto a el link de los programas este sí era publicado todas las semanas en el fan page. Todo esto llevaba a que la página no tuviera un gran movimiento. Lo que muestra el diagnóstico realizado es que esta fan page, tenía muy poco manejo, pocos contenidos se publicaban y estos no eran para nada constantes, lo que lleva a construir un plan de contenidos para tener un mayor movimiento y tráfico, con el fin de que el programa tuviera mayor visualización.

En cuanto a YouTube, se evidenció que tenía aún más movimiento ya que semanalmente se estaba publicando el programa y sus reproducciones dependían del tipo de contenido que se publicaba. Sin embargo, en esta se siguió trabajando normalmente, se publicaba el contenido, es decir el programa con su respectiva descripción y etiquetas.

Imagen 1. Publicaciones que se realizaban antes del diagnostico



Fuente: Facebook página de CUI Espacio Universitario

5.2 OBJETIVO 2

Crear contenidos digitales para redes sociales con el fin de lograr una divulgación adecuada del programa CUI, Espacio Universitario en YouTube.

5.2.1 Crear un plan de contenidos digitales para las redes sociales del programa

Inicialmente, el plan ha sido realizar transmisiones en vivo durante los diferentes eventos que realiza la universidad, esto para crear un vínculo más cercano con la audiencia, la idea ha sido hablar con los participantes de los eventos, con expertos y también organizadores de ellos. De este modo se ha logrado una mayor interacción con el público y la información se está llevando en el instante en el que está sucediendo.

También, se realizan videos promocionales publicados los días viernes, estos ayudan a la promoción del programa y al direccionamiento hacia el programa en YouTube. Por otro lado, se ha implementado una estrategia en la que se incluyen imágenes con datos curiosos acerca de la universidad y el programa.

PLAN DE CONTENIDOS

1. Target

Comunidad educativa de la Universidad de Ixtlahuaca CUI, que busca estar informada acerca de las diferentes actividades que realiza el plantel y de los servicios que ofrece. El rango de edades es bastante amplio, ya que abarca desde jóvenes en preparatoria, estudiantes de licenciaturas y posgrados, administrativos, docentes, entre otros. Todas estas personas se encuentran ubicadas en México, más exactamente en el Estado de México.

2. Objetivos del plan de contenidos

- Más tráfico en Facebook
- Nuevos seguidores e incrementar calificación en Facebook
- Generar mayor contenido

Tabla 3. Hacer presencia en nuevas redes sociales (Instagram)

LO QUE TIENES (Situación actual)	LO QUE NECESITAS (Objetivos)	LO QUE QUIERES (Metas)
<ul style="list-style-type: none"> • Fan page con poco tráfico. • 8099 seguidores y 3,4 en calificación de Facebook. • Contenidos de promocionales, publicaciones de otras páginas y links de programas. • - No existe una cuenta de Instagram 	<ul style="list-style-type: none"> • Más tráfico en Facebook • Nuevos seguidores e incrementar calificación en Facebook. • Generar mayor contenido. • Hacer presencia en nuevas redes sociales (Instagram) 	<p>Lograr un mayor número de interacciones en las publicaciones.</p> <p>Incrementar en mínimo 150 seguidores más.</p> <p>Producir contenidos diferentes y más de los que se estaban publicando.</p> <p>Crear una cuenta en Instagram y darle movimiento.</p>

Fuente: Creación propia

3. Tipos de contenidos a publicar

Imagen 2. Tipos de contenidos a publicarse



Autor: www.vilmanunez.com

- Transmisiones en vivo
- Videos
- Fotos
- Imágenes (sabías qué)
- Textos promocionales

Tabla 4. Contenidos para redes de Facebook e Instagram

CONTENIDOS PARA FACEBOOK	CONTENIDOS PARA INSTAGRAM
<ul style="list-style-type: none"> • Fotos • Videos • Transmisiones en vivo • Imágenes • Textos promocionales 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Stories <input type="checkbox"/> Fotos <input type="checkbox"/> Videos

Fuente: Creación propia

4. Calendario editorial

Tabla 5. Calendario editorial de octubre de 2018

**CALENDARIO EDITORIAL
OCTUBRE DE 2018**

FECHA / LINK	TIPO DE EVENTO	COPY-MENSAJE	TIPO DE CONTENIDO	RED SOCIAL
JUEVES 11				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Transmisión en vivo Congreso Internacional de Derecho	No te pierdas los detalles d	Video	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Video Congreso Internacional de Derecho	CUI Espacio Universitario €	Video	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Video Congreso Internacional de Derecho	Ruth Abril desde XII Congr	Video	Facebook
VIERNES 12				
SÁBADO 13				
DOMINGO 14				
LUNES 15				
MARTES 16				
https://www.instagram.com/p/BpALWbRlPmQ/	Video imagen del programa	Pendientes de todo nuestrc	Video	Instagram
MIÉRCOLES 17				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Transmisión en vivo Congreso Negocios	Los estudiantes nos cuenta	Video	Facebook
	Instastories Congreso de Negocios	@cuiespaciouniversitario c	Imagen	Instagram
JUEVES 18				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Transmisión en vivo Otorgación Nivel 1 Escuela Preparatoria	Se otorga a Escuela Prepa	Video	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Transmisión en vivo Otorgación Nivel 1 Escuela Preparatoria	Durante la otorgación a la E	Video	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Instastories Nivel 1 escuela preparatoria	Se otorga a Escuela prepa	Imagen	Instagram
VIERNES 19				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Promo programa 336	Una semana cargada de m	Video	Facebook
https://www.instagram.com/p/BpKl0pghy/	Promo programa 336	#CUIEspaciouniversitario ti	Video	Instagram
SÁBADO 20				
















Fuente: Creación propia

En anexos se podrán ver todos los datos del calendario llevado a cabo durante los meses de octubre a diciembre de trabajo con el programa

5. Métricas del plan de trabajo

Se realizó un seguimiento a las redes sociales para validar temas de incremento de seguidores, reacciones y aceptación del contenido publicado.

Imagen 3. Tabulaciones realizadas directamente por Facebook

Alcance: orgánico/pagado		Clics en publicaciones		Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido		
Fecha de publicación	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Interacción	Promoción
11/01/2019 11:23	 No se puede			531	55 18	Promocionar publicación
09/01/2019 18:37	 Nosotros			430	24 7	Promocionar publicación
29/12/2018 11:27	 #CUIE espacio			1,4K	121 26	Promocionar publicación
28/12/2018 16:00	 ¿Ya están			1,7K	233 73	Promocionar publicación
23/12/2018 17:00	 CUI Espaci			1K	76 10	Promocionar publicación
21/12/2018 16:00	 Pendientes			1,5K	203 46	Promocionar publicación
17/12/2018 12:30	 ¿Qué tales			150	0 1	Promocionar publicación

Fuente: Facebook

Con estas métricas se pudo evidenciar que las publicaciones tuvieron un mayor alcance y la interacción con estas también aumentó, es decir, haber producido más productos llevó a que la página tuviera más movimiento y llegara a más personas. Por otro lado, el número de seguidores aumentó, se inició con 8.099 seguidores y actualmente la fan page cuenta con 8.260 seguidores, también, en cuanto a la calificación de la página en este momento cuenta con un 4,6 basado en las opiniones y calificación de los seguidores. Es así, como se puede evidenciar que una continua producción de contenido, llega a más interacción y alcance de los productos producidos en beneficio del programa.

Imagen 4. Página de inicio fan page en Facebook



Fuente: Facebook

5.3 OBJETIVO 3

Acompañar la gestión audiovisual del programa CUI, Espacio Universitario.

5.3.1 Producir y contribuir con los contenidos audiovisuales para el programa televisivo

Dentro de las actividades a llevarse a cabo está la producción de cápsulas para el programa, también en contribuir a la producción del programa con entrevistas, ediciones, recopilación de stock y demás actividades que puedan necesitarse para el cumplimiento del programa.

Imagen 5. Cápsula cultureando para el programa



Fuente: Autor y programa CUI espacio universitario

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La Universidad de Ixtlahuaca, CUI, es una institución educativa constituida hace 25 años, por lo cual hace que tenga una experiencia grande en el mercado de los servicios educativos y esté bien posicionada en México. Asimismo, es una universidad que a nivel interno está organizada y orientada al logro de todas sus metas, también, cuenta con un gran compromiso con todos sus empleados.

Por tanto, para los pasantes es una grata experiencia hacer parte de esta universidad, pues esta permite que el estudiante desarrolle todas sus habilidades aprendidas en la academia, llevándolas a la práctica profesional, es así, como el estudiante logra asumir su rol como profesional.

Por otro lado, la universidad desde su área de producción audiovisual, le apuesta a la visibilización de la misma, lo que hace que el pasante tenga un acercamiento directo con las funciones específicas que debe tener un profesional de la comunicación, lo que permite crear nuevos horizontes para las futuras generaciones de comunicadores.

Finalmente, la recomendación es que los pasantes aprovechen la oportunidad brindada por la Universidad de Ixtlahuaca, ya que cuenta con múltiples actividades a realizar en el campo comunicacional.

En cuanto al desarrollo de los objetivos propuestos en el informe de pasantía, se tienen las siguientes conclusiones:

- Inicialmente, por medio de un diagnóstico se logró ver el estado en el que se encontraban las redes sociales del programa, sin mucho movimiento y con poca producción de contenidos digitales.

- Por otro lado, se logró realizar el respectivo acompañamiento en redes sociales propuesto desde el inicio del plan. Esto, empleando un plan de contenidos que permitió realizar un seguimiento a las redes sociales, crear perfiles en otras plataformas para lograr llegar a más personas y que el programa lograra ser visto por más audiencia.
- Se crearon contenidos con el fin de lograr la divulgación adecuada y un mayor alcance. En el caso preciso de Facebook, se logró tener un mayor acercamiento con los seguidores, un mayor movimiento y la página creció con 161 nuevos seguidores.
- En cuanto a Instagram, se creó un nuevo perfil ya que no se contaba con el y este también contribuyó a la visibilización del contenido para el programa.
- También, se apoyó al contenido del programa con cápsulas informativas, edición del programa, entrevistas y divulgación en YouTube, esto, con el fin de fortalecer el programa.

En cuanto a las recomendaciones, es importante que se sigan realizando diagnósticos cada seis meses para saber cómo está el movimiento de las redes sociales y sus contenidos digitales. Por otro lado, que no se deje a un lado el trabajo realizado, las redes sociales deben ser alimentadas para que el programa llegue a ser visto por más audiencia, también, es importante que los contenidos estén al día con lo que está de moda en el mundo virtual, esto para que los seguidores se animen a tener una mayor interacción con las publicaciones y estas logran un mayor alcance.

6. BIBLIOGRAFÍA

Celaya, J. (2008). La Empresa en la WEB 2.0. Editorial Grupo Planeta, España.

Fernández. Alonso (2014). E-X-I-T-O su estrategia de marketing digital en un paso. Primera edición Ebook. México: Grupo editorial Patria.

Miranda Cáceres, Raquel (2003). Nuevos modelos de producción audiovisual. Revista Latina de Comunicación Social, 54. Recuperado de: <http://www.uil.es/publicaciones/latina/200353miranda.htm>

Moreno, Manuel (2015). Como triunfar en las redes sociales. Primera edición. España: Grupo planeta.

Universidad de Ixtlahuaca. Página Web oficial. disponible en: <http://www.uicui.edu.mx/>

ANEXOS

ANEXO 1. Calendario editorial

CALENDARIO EDITORIAL DICIEMBRE DE 2018

FECHA / LINK	TIPO DE EVENTO	COPY- MENSAJE	TIPO DE CONTENIDO	RED SOCIAL
SÁBADO 1				
DOMINGO 2				
https://www.facebook.com/cui.esp	Invitación a ver el pr	Ya está en nuestro canal de \	Link	Facebook
LUNES 3				
https://www.facebook.com/cui.esp	¿Sabías qué?	Nuestra universidad siempre	Imagen	Facebook
MARTES 4				
MIÉRCOLES 5				
JUEVES 6				
https://www.facebook.com/cui.esp	¿Sabías qué?	Múltiples han sido los conduc	Imagen	Facebook
VIERNES 7				
SÁBADO 9				
DOMINGO 9				
LUNES 10				
https://www.facebook.com/cui.esp	Invitación a ver el pr	¿Ya vieron el programa 343?	Link	Facebook
MARTES 11				
https://www.facebook.com/cui.esp	Actividad en el estu	Hoy nuestro equipo de CUI E	Imagen	Facebook
https://www.instagram.com/p/BrQu	Actividad en el estu	Hoy nuestro equipo de CUI E	Imagen	Instagram
MIÉRCOLES 12				
JUEVES 13				
VIERNES 14				
https://www.facebook.com/cui.esp	Invitación a ver el pr	¿Ya están preparados para v	Video	Facebook
SÁBADO 15				
DOMINGO 16				
https://www.facebook.com/cui.esp	Invitación a ver el pr	¿Ya vieron nuestro nuevo pro	Link	Facebook
LUNES 17				
https://www.facebook.com/cui.esp	¿Qué tal les pareció nuestro programa 344?	Corr	Link	Facebook
MARTES 18				
MIÉRCOLES 19				
JUEVES 20				
VIERNES 21				
https://www.facebook.com/cui.esp	Invitación a ver el pr	Pendientes de nuestro progr	Link	Facebook
SÁBADO 22				
https://www.instagram.com/p/Br8D	Promo programa	#CUIEspaciouniversitario te invita a disfrutar de su pro		Instagram
DOMINGO 23				
https://www.facebook.com/cui.esp	Feliz Navidad les di	CUI Espacio Universitario les	Video	Facebook
LUNES 24				
MARTES 25				
MIÉRCOLES 26				
JUEVES 27				
VIERNES 28				
https://www.facebook.com/cui.esp	Promo programa	¿Ya están preparados para v	Video	Facebook
https://www.instagram.com/p/Br8gl	Promo programa	¿Ya están preparados para ver nuestro último program		Instagram
SÁBADO 29				
https://www.facebook.com/cui.esp	Feliz año nuevo put	#CUIEspacioUniversitario les	Video	Facebook

CALENDARIO EDITORIAL NOVIEMBRE DE 2018

FECHA / LINK	TIPO DE EVENTO	COPY- MENSAJE	TIPO DE CONTENIDO	RED SOCIAL
JUEVES 1				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniver	Video Concurso de Catrinas		Video	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniver	Video Concurso de Catrinas		Video	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniver	Video Concurso de Catrinas	Los niños también hicieron p:	Video	Facebook
VIERNES 2				
SÁBADO 3				
DOMINGO 4				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniver	Invitación a ver el program:	Ya tenemos nuevo programa,	Video	Facebook
LUNES 5				
MARTES 6				
MIÉRCOLES 7				
JUEVES 8				
VIERNES 9				
SÁBADO 10				
DOMINGO 11				
LUNES 12				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniver	Invitación a ver el program:	Ya está disponible nuestro pr	Video	Facebook
MARTES 13				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniver	¿Sabías qué?	Queremos que todos ustedes	Imagen	Facebook
MIÉRCOLES 14				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniver	Trasmisión XIII Congreso	I Primer día de conferencias e	Video	Facebook
JUEVES 15				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniver	Concierto de guitarra	CUI Espacio Universitario de	Video	Facebook
VIERNES 16				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniver	¿Sabías qué?	Nuestra universidad se renue	Imagen	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniver	Invitación a ver el program:	Pendientes de nuestro progr	Video	Facebook
https://www.instagram.com/p/BqQgovlqd8Q/	Promo programa	#CUIEspaciouniversitario te i	Video	Instagram
SÁBADO 17				
DOMINGO 18				
LUNES 19				
MARTES 20				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniver	Invitación a ver el program:	¿Ya viste nuestro programa 3	Link	Facebook
https://www.instagram.com/p/BqbMygvguwi/	Invitación a ver el program:	@brunooduran nuestro cond	Imagen	Instagram
MIÉRCOLES 21				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniver	¿Sabías qué?	Conoce más acerca de nues	Imagen	Facebook
https://www.instagram.com/p/BqdLxTQa9x/	Invitación a ver el program:	Nuestra lente presente en un evento de comunicación, €		Instagram
JUEVES 22				
VIERNES 23				
https://www.instagram.com/p/BqixRfwgWBV/	mini video novena generac	Toda la actitud con la 9na generación de la Lic.en comu		Instagram
SÁBADO 24				
DOMINGO 25				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniver	Invitación a ver programa	Acaba de empezar nuestro p	Texto	Facebook
LUNES 26				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniver	Invitación a ver el program:	Vayan a ver nuestro nuevo pr	Link	Facebook
MARTES 27				
MIÉRCOLES 28				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniver	Trasmisión en vivo	Informe de Actividades 2018i	Video	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniver	Informe de Actividades 20'	Inició el Informe de Actividad	lamgen	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniver	Actividades 28 de noviemt	Finalizamos actividades el dí	Fotos	Facebook
https://www.instagram.com/p/Bqvh37WgrAV/	Actividades 28 de noviemt	Finalizamos actividades el dí	Fotos	Instagram
VIERNES 30				

**CALENDARIO EDITORIAL
OCTUBRE DE 2018**

FECHA / LINK	TIPO DE EVENTO	COPY- MENSAJE	TIPO DE CONTENIDO	RED SOCIAL
JUEVES 11				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Transmisión en vivo Congreso Internacional de Derecho	No te pierdas los detalles d	Video	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Video Congreso Internacional de Derecho	CUI Espacio Universitario €	Video	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Video Congreso Internacional de Derecho	Ruth Abril desde XII Congr	Video	Facebook
VIERNES 12				
SÁBADO 13				
DOMINGO 14				
LUNES 15				
MARTES 16				
https://www.instagram.com/p/BpALWbRIPmQ/	Video imagen del programa	Pendientes de todo nuestrc	Video	Instagram
MIÉRCOLES 17				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Transmisión en vivo Congreso Negocios Instastories Congreso de Negocios	Los estudiantes nos cuenta @cuiespaciouniversitario c	Video Imagen	Facebook Instagram
JUEVES 18				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Transmisión en vivo Otorgación Nivel 1 Escuela Preparatoria	Se otorga a Escuela Prepa	Video	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Transmisión en vivo Otorgación Nivel 1 Escuela Preparatoria	Se otorga a Escuela prepa	Video	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Transmisión en vivo Otorgación Nivel 1 Escuela Preparatoria Instastories Nivel 1 escuela preparatoria	Durante la otorgación a la f Se otorga a Escuela prepa	Video Imagen	Facebook Instagram
VIERNES 19				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Promo programa 336	Una semana cargada de m	Video	Facebook
https://www.instagram.com/p/BpKI0pghv/	Promo programa 336	#CUIEspaciouniversitario ti	Video	Instagram
SÁBADO 20				
DOMINGO 21				
	Al aire programa 336 Programa 336 disponible en YouTube	¿Quieres conocer todas las Ya está disponible nuestro	Texto- Link de programa	Facebook Facebook
LUNES 22				
MARTES 23				
MIÉRCOLES 24				
https://www.instagram.com/p/BpVV-11qFS/	Imagen contenidos	Preparando el siguiente pr	Imagen	Instagram
JUEVES 25				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Congreso Internacional del Cricrim		Video	Facebook
VIERNES 26				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Congreso Internacional del Cricrim	CUI Espacio Universitario c	Video	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Congreso Internacional del Cricrim	Estudiantes de la Universid	Video	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Congreso Internacional del Cricrim		Video	Facebook
SÁBADO 27				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Congreso Internacional del Cricrim		Video	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Congreso Internacional del Cricrim		Video	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Congreso Internacional del Cricrim		Video	Facebook
DOMINGO 28				
LUNES 29				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Congreso Interdisciplinario de las Ciencias de la Salud		Video	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Congreso Interdisciplinario de las Ciencias de la Salud		Video	Facebook
MARTES 30				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Exposición Diseño Gráfico -Día de Muertos		Video	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Exposición Diseño Gráfico -Día de Muertos		Video	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Exposición Diseño Gráfico -Día de Muertos		Video	Facebook
MIÉRCOLES 31				
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Celebración Día de Muertos - Comunicación		Video	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Celebración Día de Muertos - Comunicación		Video	Facebook
https://www.facebook.com/cui.espaciouniversit	Celebración Día de Muertos - Lenguas		Video	Facebook

ANEXO 2. Publicaciones realizadas en Facebook



Evento: Transmisión en vivo en Congreso de Derecho.



Evento: Promo invitando a ver el programa.

CUI Espacio Universitario
 Publicado por María Alejandra García [?] · 13 de noviembre · 🌐

Queremos que todos ustedes conozcan algunos datos curiosos de nuestro programa y de la institución, así que a partir de hoy esperen toda esta información.

¿Qué más les gustaría saber? comenten aquí 🙌



348
Personas alcanzadas

22
Interacciones

Promocionar publicación

imagen ¿sabías que? Con datos curiosos del programa.

CUI Espacio Universitario ha transmitido en directo.
 Publicado por María Alejandra García [?] · 26 de octubre · 🌐



1193
Personas alcanzadas

257
Interacciones

Promocionar publicación

Trasmisión en vivo desde Congreso del CIECRIM en Monterrey.



Imágenes de día de trabajo con todo el equipo para invitar a los seguidores a estar pendientes del próximo programa.



imagen de todo el equipo de trabajo del programa que hizo parte durante todo el año, invitación a estar pendientes para el próximo programa.

CUI Espacio Universitario
 Publicado por María Alejandra García [?] · 19 de octubre · 🌐

Una semana cargada de muchas celebraciones, congresos y demás actividades académicas. #CUIEspaciouniversitario te invita a disfrutar de todos estos eventos, pendientes este domingo 9:30 am, canal nueve.



3108 Personas alcanzadas **195** Interacciones [Promocionar publicación](#)

Promo del programa para invitar a los seguidores a ver la nueva emisión.

CUI Espacio Universitario ha transmitido en directo.
 Publicado por María Alejandra García [?] · 27 de octubre · 🌐



763 Personas alcanzadas **68** Interacciones [Promocionar publicación](#)

Trasmisión en vivo desde Congreso CIECRIM en Monterrey.

ANEXO 3. Cuenta de Instagram del programa



Perfil de Instagram @cuiespaciouniversitario



Video publicado en Instagram, recorrido novena generación de estudiantes de Comunicación.



 cuiespaciouniversitario • Seguir

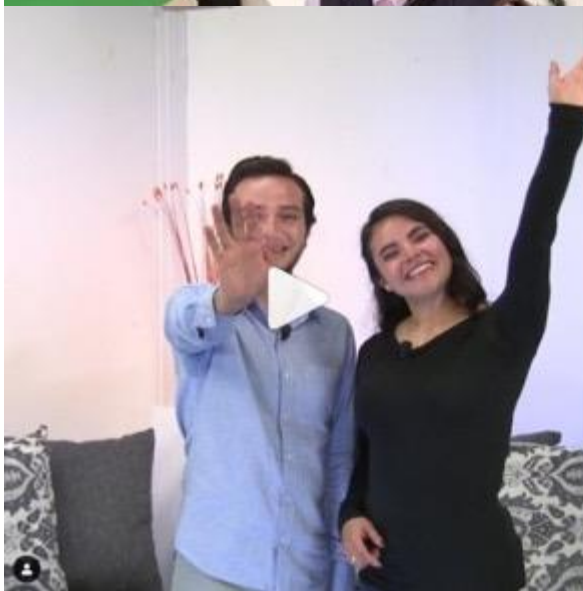
cuiespaciouniversitario Hoy nuestro equipo de CUI Espacio Universitario compartiendo y preparando nuestros programas navideños para todos ustedes 🎄📺
Prepárense para todo lo que viene 🐼



46 Me gusta

11 DE DICIEMBRE DE 2018

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar. ...



 cuiespaciouniversitario • Seguir

cuiespaciouniversitario
#CUIEspaciouniversitario te invita a disfrutar de su programa 336 pendientes este domingo 9:30 am, canal nueve.
¡No te lo puedes perder!

















201 reproducciones

19 DE OCTUBRE DE 2018

Inicia sesión para indicar que te gusta o comentar. ...








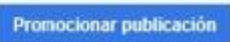










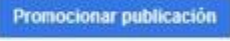



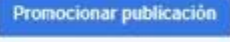



















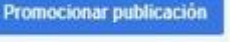

















Imagen equipo de trabajo que realizó contenido todo el año para el programa, invitando a los seguidores a ver la próxima emisión.

ANEXO 4. Métrica de alcance en redes sociales de octubre 2018 a enero 11 de 2019

■ Alcance: orgánico/pagado ■ Clics en publicaciones ■ Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido						
Fecha de publicación	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Interacción	Promoción
11/01/2019 11:23	 No se puede	Video	Global	531	55 18	Promocionar publicación
09/01/2019 18:37	 Nosotros	Video	Global	430	24 7	Promocionar publicación
29/12/2018 11:27	 #CUIE espacio	Video	Global	1,4K	121 26	Promocionar publicación
28/12/2018 16:00	 ¿Ya están	Video	Global	1,7K	233 73	Promocionar publicación
23/12/2018 17:00	 CUI Espaci	Video	Global	1K	76 10	Promocionar publicación
21/12/2018 16:00	 Pendientes	Video	Global	1,5K	203 46	Promocionar publicación
17/12/2018 12:30	 ¿Qué tales	Link	Global	150	0 1	Promocionar publicación
16/12/2018 11:30	 ¿Ya vieron	Link	Global	361	9 3	Promocionar publicación
14/12/2018 17:00	 ¿Ya están	Video	Global	3,1K	141 10	Promocionar publicación
13/12/2018 11:24	 Seguimos	Video	Global	961	67 4	Promocionar publicación
11/12/2018 16:00	 Hoy nuestro	Image	Global	3K	326 177	Promocionar publicación
10/12/2018 10:29	 ¿Ya vieron	Link	Global	524	9 2	Promocionar publicación
07/12/2018 13:32	 Concierto de	Video	Global	613	25 5	Promocionar publicación
07/12/2018 12:20	 Concierto de	Video	Global	679	41 4	Promocionar publicación
06/12/2018 18:24	 Todos invitados	Image	Global	283	4 1	Promocionar publicación

06/12/2018 11:57		Múltiples han			361		4 1		Promocionar publicación
06/12/2018 11:29		Buenos días			412		10 4		Promocionar publicación
03/12/2018 10:59		Nuestra			359		5 12		Promocionar publicación
02/12/2018 17:35		Ya está			288		3 2		Promocionar publicación
29/11/2018 10:40		Inician los			500		21 5		Promocionar publicación
28/11/2018 18:39		Finalizamos			797		132 10		Promocionar publicación
28/11/2018 12:14		Inició el			511		15 8		Promocionar publicación
28/11/2018 11:42		Informe de			929		137 17		Promocionar publicación
26/11/2018 8:22		Vayan a ver			299		6 3		Promocionar publicación
25/11/2018 9:30		Acaba de			431		3 5		Promocionar publicación
21/11/2018 11:13		Conoce más			475		7 11		Promocionar publicación
20/11/2018 17:04		¿Ya viste			267		3 3		Promocionar publicación
16/11/2018 17:25		Pendientes			1,5K		285 51		Promocionar publicación
16/11/2018 11:57		Nuestra			552		8 7		Promocionar publicación
15/11/2018 13:43		CUI Espaci			372		37 0		Promocionar publicación
14/11/2018 17:13		Primer día de			1,1K		128 38		Promocionar publicación
13/11/2018 10:48		Queremos			354		13 9		Promocionar publicación

12/11/2018 10:28	Ya está			2,4K		104 44		
04/11/2018 18:57	Ya tenem			706		22 12		
01/11/2018 17:24	Los niños			550		42 2		
01/11/2018 13:29	CUI Espaci			326		43 0		
01/11/2018 13:23	CUI Espaci			378		34 3		
31/10/2018 11:35	CUI Espaci			966		106 27		
31/10/2018 11:25	CUI Espaci			993		122 15		
31/10/2018 11:09	CUI Espaci			1,5K		222 35		
30/10/2018 12:25	CUI Espaci			393		30 6		
30/10/2018 12:21	CUI Espaci			870		108 7		
30/10/2018 11:42	CUI Espaci			513		36 5		
29/10/2018 11:37	CUI Espaci			418		28 3		
29/10/2018 11:01	CUI Espaci			632		58 12		
27/10/2018 12:12	CUI Espaci			490		40 3		
27/10/2018 11:50	CUI Espaci			767		59 10		
27/10/2018 9:33	CUI Espaci			706		95 36		
26/10/2018 17:37	CUI Espaci			1,2K		228 31		

26/10/2018 10:53	 Estudi antes			591		30 6		
26/10/2018 10:13	 CUI Espaci			461		24 3		
25/10/2018 9:33	 CUI Espaci			1,7K		275 70		
21/10/2018 10:31	 Ya está			286		11 4		
21/10/2018 9:40	 ¿Quieres			631		18 3		
19/10/2018 15:00	 Una seman			3,1K		179 20		
18/10/2018 10:54	 Durant e la			422		12 2		
18/10/2018 10:45	 CUI Espaci			419		25 4		
18/10/2018 10:41	 Se otorga			271		14 0		
17/10/2018 12:33	 Los estudia			1,1K		208 43		
16/10/2018 12:30	 CUI Espaci			41		325 0		
14/10/2018 11:24	 ¿Quieres ver			499		18 6		
11/10/2018 20:59	 Por 5º año			82		15 2		
11/10/2018 18:30	 Ruth Abril			1,2K		113 45		
11/10/2018 16:25	 CUI Espaci			782		50 16		
11/10/2018 11:24	 No te pierda			2,5K		566 145		

ANEXO 5. Tabulación según Facebook

URL	Personas alcanzadas	Interacciones	Reproducciones	Compartido	Me gusta	Comentarios
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	2376	139	1300	7	27	14
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	747	16	304	4	1	1
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	1136	42	475	2	12	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	1100	247	597	2	12	5
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	244	0	54	0	0	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	385	4	101	1	0	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	384	2	113	0	0	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	2659	19	698	3	2	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	1608	322	715	7	12	4
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	435	21	141	1	1	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	568	32	232	1	2	1
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	1068	158	435	1	4	1
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	600	101	187	1	4	4
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	704	65	218	1	6	2
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	444	37	102	0	2	1
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	609	58	242	1	9	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	402	29	120	0	3	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	492	37	152	0	3	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	844	108	358	1	2	3
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	362	25	104	0	3	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	1396	234	647	4	7	1
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	966	119	452	1	12	1
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	936	122	393	5	2	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	346	32	96	0	2	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	291	30	67	0	0	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	504	32	203	0	1	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	704	34		1	4	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	2411	208		17	3	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	353	22			9	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	1110	18	515	4	9	5
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	369	35	139	0	0	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	551	15		1	6	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	1480	336		6	13	3
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	265	6			2	1
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	474	18		2	7	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	430	8		1	2	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	298	9		0	3	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	928	151	431	2	8	2
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	509	22		0	8	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	796	142		0	9	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	287	5		0	2	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	357	16		1	10	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	360	4		0	1	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	522	11		0	2	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	3001	502		8	41	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	3094	146	833	2	2	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	356	12		0	3	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	146	1		0	1	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	1533	247	828	5	11	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	1023	82	302	0	10	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	1718	304	731	5	8	0
https://www.facebook.com/lui.es.pa.abunivers.it	1333	145	422	4	7	0