

## **Prácticas Pre Profesionales COMU - 2025**

### **Hecho en Buenos Aires (HBA)**

Creación de contenidos para los canales digitales de la marca.

**Materia: Diseño Estratégico de la Comunicación en las Políticas Públicas (Cátedra Bruno) Docente titular: Bruno, Daniela**

**Materia: Campañas publicitarias  
Docente titular: Victoria Ponferrada**

**Breve descripción o referencias del espacio de práctica (*puede incluir links a página web, redes sociales, artículos, etc.*):**

Hecho en Bs As es una cooperativa con más de 25 años de trayectoria. Su fin es promover la inclusión social, cultural y económica ofreciendo oportunidades de inserción social y laboral a personas en situación de calle o en riesgo de estarlo. La organización publica mensualmente la [REVISTA Hecho en BS AS](#) en soporte papel y digital. Con la venta de la revista, el aporte de los y las suscriptores mensuales, la venta de publicidad y la recepción de donaciones se genera un ingreso que se utiliza para sostener los servicios sociales y actividades artísticas que ofrece la organización para las personas en situación de calle y la comunidad de HBA. Para más información sobre HBA ir [aquí](#).

**Referente/s docente/s a cargo del acompañamiento del proyecto:**

Daniela Bruno y Victoria Ponferrada.

**Breve descripción del proyecto o tareas a desarrollar (*aportes, objetivos, metas, resultados, actividades y/o tareas*):**

Para esta convocatoria se espera que los estudiantes realicen actividades dentro de dos grandes líneas de trabajo:

Creación de contenido para los canales digitales de HBA para construir la presencia de HBA, conectar con la audiencia de HBA, generar engagement y crear la comunidad HBA a partir de una estrategia de comunicación digital y una planificación operativa que les serán provistas por el Área de Comunicación de HBA. Se espera además que los estudiantes hagan un seguimiento constante de los resultados, analicen el rendimiento y propongan ajustes necesarios para mejorar la estrategia.

Canales digitales:

- <https://www.instagram.com/hechoenbsasempresasocial/>
- <https://www.facebook.com/hechoenbsas/>
- <https://www.youtube.com/@revistahechoenbuenosaires>
- Whatsapp
- Email

Acciones de marketing digital: Creación y distribución de contenido valioso, relevante y consistente para atraer y retener suscriptores de la Revista HBA. Dichas acciones podrán comprender: a) gestión de perfiles en redes sociales, creación de contenido atractivo y participación con la audiencia para construir una comunidad y aumentar el alcance de HBA b) Email Marketing, c) colaboración con personas influyentes en línea o con otros sitios web o negocios para promocionar productos o servicios de HBA; d) seguimiento y análisis de datos web para evaluar el rendimiento de las estrategias de marketing digital y realizar mejoras.

Una vez concluida la inscripción y definida la cantidad de estudiantes inscriptos y sus perfiles, la organización y las docentes definirán las actividades y metas de la práctica para el período indicado más abajo.

**Lugar, días y horarios previstos para el desarrollo de la práctica (aclarar si la solicitud incluye distintos horarios y/o funciones para les practicantes):**

**Los encuentros con las docentes y las representantes de la organización se realizan en forma virtual, los días viernes entre las 10 y las 12 h.**

La frecuencia de las reuniones puede variar (semanal, quincenal o mensual) a lo largo del cuatrimestre dependiendo de lo que requiera el plan de trabajo. Si el proceso lo requiere y fuera factible para los estudiantes, eventualmente podrán organizarse visitas a la organización para una mejor inmersión en la organización, sus servicios, su territorio y su población destinataria.

**Requisitos específicos que deberán tener las y los estudiantes (si hubiese algún tipo de requerimiento especial como puede ser dominio de un idioma o conocimiento de una temática en particular):**

Si bien no es un requisito excluyente, se buscan estudiantes con antecedentes de trabajo, conocimientos y habilidades de gestión de redes, y marketing digital, e interés en investigar e integrar equipos de trabajo con organizaciones dedicadas a la población en situación de calle. También se valorará positivamente (sin ser excluyente) que los estudiantes hayan cursado al menos alguna de estas asignaturas: campañas publicitarias, comercialización, técnicas de investigación en opinión pública.

**Requisitos para la acreditación de la práctica (*si se van a tener en cuenta entregables, metas a alcanzar, presencias específicas, etc*):**

Haber cumplido con las actividades comprendidas en el plan operativo que le será entregado al inicio de la práctica.