

Desarrollo
profesional y personal

Curso académico 2018-2019

Community Manager: Tecnología y Práctica Aplicadas a la
Social Media

del 5 de diciembre de 2018 al 31 de mayo de 2019

20 créditos

DIPLOMA DE EXPERTO PROFESIONAL

Características: prácticas y visitas, material impreso, material multimedia, actividades presenciales optativas, página web, curso virtual y guía didáctica.

Departamento

Ingeniería Eléctrica, Electrónica y de Control

E.t.s. de Ingenieros Industriales

PROGRAMA DE DESARROLLO PROFESIONAL Y PERSONAL

Curso 2018/2019

El Programa de Desarrollo Profesional y Personal acoge cursos que dan derecho a la obtención de un Título Propio por la UNED. Cada curso se impartirá en una de las siguientes categorías: Experto Profesional, Enseñanza Abierta, Actualización Profesional (*) y atienden una demanda de formación en respuesta a las necesidades e intereses del mundo del trabajo. Sus cursos estarán promovidos por la UNED o entidades sociales y económicas que busquen el apoyo académico de la Universidad para la mejor calidad de sus acciones de formación y promoción de sus colectivos laborales y profesionales.

Requisitos de acceso: no hay requisitos mínimos de acceso, salvo los específicos de cada curso establecidos por su director.

(*) En los cursos que se ofertan en Enseñanza Abierta que en su denominación contengan la especificación de (ACTUALIZACIÓN PROFESIONAL), la superación del curso se acreditará mediante un "Certificado de Actualización Profesional" (Reunión del Consejo de Gobierno de la UNED, celebrada el día dieciséis de diciembre de dos mil catorce, por la que se aprueba la implantación de cursos para cubrir la formación profesional y empresarial con la denominación de Certificado de Actualización Profesional).

Destinatarios

El curso tiene un enfoque práctico y va dirigido a todas aquellas personas que desean formarse como Community Managers y orientar su carrera profesional hacia el sector de los Social Media.

Junto con la explosión que en los últimos tiempos han sufrido las Redes Sociales, así como diversos canales de comunicación on-line, ha surgido la necesidad de formar profesionales que sean capaces de desempeñar el papel de responsables de una comunidad. El Community Manager es un profesional en alza cada vez más demandado a nivel empresarial, puesto que las nuevas estrategias empresariales destacan la importancia de mantener una buena imagen corporativa en los distintos canales de comunicación que ofrece Internet, la reputación online cada día es más importante para las organizaciones y disponer de profesionales que sean capaces

de gestionarla adecuadamente y proporcionar mayor visibilidad al negocio es fundamental en un entorno cada vez más competitivo.

Para lograr un mejor aprovechamiento del curso se recomienda poseer unos conocimientos mínimos de informática a nivel de usuario. La titulación inicial exigida es una titulación universitaria de grado medio o superior, pero no obstante, por tratarse de un curso de Experto Profesional, aquellas personas relacionadas con la Comunicación Audiovisual, el Marketing Digital, el uso de las Redes Sociales o las Tecnologías de la Información en general, que estén trabajando, o bien deseen hacerlo en este sector en expansión, **también pueden realizar el curso aunque no estén en posesión de un título universitario**. De hecho, los conocimientos teórico-prácticos aportados constituyen un valor añadido, tanto para directivos, como para todo tipo de profesionales en general, a la hora de enfrentarse a nuevos retos y diseñar procesos de expansión que permitan la captación de nuevos clientes y aumentar el nivel de fidelización de los que ya lo son, pilar fundamental en el desarrollo no sólo de las grandes empresas, sino también de las pymes y todo tipo de organizaciones en general.

1. Presentación y objetivos

El curso ofrece la formación necesaria para convertirse en un buen Community Manager que sea capaz de crear, gestionar y dinamizar adecuadamente una comunidad de usuarios en Internet de cara a impulsar la reputación online de una determinada empresa u organización. Para ello se analizan diversos canales de comunicación on-line, así como las funciones y habilidades necesarias a la hora de desarrollar y mantener un Proyecto Social Media. En este sentido, se estudian a fondo las herramientas más actuales de trabajo necesarias para desempeñar el papel de Community Manager, tanto a la hora de diseñar y desarrollar acciones, como a la de medir el impacto que dichas acciones tienen dentro de una determinada estrategia empresarial. En el curso se estudia cómo crear contenidos digitales de forma eficiente y cómo promocionar dichos contenidos con técnicas SEO y SEM para lograr que un determinado negocio alcance una mayor visibilidad en Internet. También se hace especial hincapié en las buenas y malas prácticas en el desempeño profesional.

Otra Información

Será responsabilidad exclusiva del Equipo Docente la información facilitada en la siguiente relación de hipervínculos. En caso de detectarse alguna contradicción, prevalecerá la oferta formativa aprobada por el Consejo de Gobierno para cada convocatoria, así como del Reglamento de Formación Permanente y del resto de la legislación Universitaria vigente.

[GUÍA DIDÁCTICA](#)

[Información Actividad](#)

[Más Información](#)

2. Contenido

EXPERTO PROFESIONAL EN COMMUNITY MANAGER: TECNOLOGÍA Y PRÁCTICA APLICADAS A LA SOCIAL MEDIA

MÓDULO 1: COMUNIDADES VIRTUALES

1. Comunidades Virtuales: Descripción y Claves de su Éxito

- Introducción a las Comunidades Virtuales: La nueva realidad digital. Caracterización de las Redes Sociales de mayor relevancia. El papel del Community Manager y las claves del éxito de una Comunidad Virtual: Funciones y Responsabilidades.

2. Un nuevo modelo de Atención al Cliente: Gestión de Comunidades Virtuales

- Un nuevo modelo de Atención al Cliente. Gestión de Comunidades Virtuales. Cómo sacar partido de las oportunidades que ofrecen los medios sociales.

3. Elementos del Marketing Digital: Visión del mercado y herramientas de trabajo en el día a día de las Comunidades Virtuales

- Elementos del Marketing Digital. Herramientas de Trabajo en el día a día de las Comunidades Virtuales. *Trabajo Práctico: WordPress para un Community Manager, Desarrollo de webs y blogs*

4. Diseño de un Plan de Marketing Digital personalizado: la Estrategia y la Plataforma de Soporte

- Elementos a tener en cuenta a la hora de llevar a cabo el diseño de un Plan de Marketing Digital. La Estrategia asociada al Social Media Plan. La Plataforma de Soporte: Trabajo práctico de gestión.

MÓDULO2: PLATAFORMAS DE CONTENIDO

5. Trabajando con distintas Redes Sociales para potenciar la marca de una Empresa u Organización

- Facebook. Twitter. YouTube. Instagram. LinkedIn. Google+. Pinterest. WhatsApp Business. Otras plataformas sociales.

6. Producción de los contenidos: Contenidos aportados por el Community Manager y contenidos aportados por los Usuarios. Marco Legislativo.

- Contenidos Aportados por el Community Manager. Contenidos aportados por los Usuarios. Marco Legislativo.

7. Promoción de los contenidos.: Posicionamiento SEO, SEM y SMO. Social Ads, y otras Técnicas de Promoción

- Cómo optimizar el trabajo con Keywords y Buscadores. Técnicas de Posicionamiento Natural: SEO. Técnicas de Posicionamiento Patrocinado: SEM. Técnicas de Posicionamiento Social: SMO. Publicidad mediante Redes Sociales: Social Advertising. Email Marketing: Cómo aprovechar sus Principales Ventajas. Comercio Electrónico: Últimos desafíos del mercado y Nuevas Oportunidades

8. Evaluación de Resultados: Herramientas de Análisis de Resultados. Posicionamiento Natural y Social en la Web. Rentabilidad, Éxito y Retorno de la Inversión

- Herramientas de Análisis de Resultados. Posicionamiento Natural y Social en la Web. Rentabilidad, Éxito y Retorno de la Inversión. *Trabajo Práctico: Google Analytics para un Community Manager.*

TRABAJO O PROYECTO FIN DE CURSO

3. Metodología y actividades

El curso sigue la metodología propia de la UNED, que combina la enseñanza a distancia con las nuevas Tecnologías de la Comunicación, permitiendo aprender cómoda y fácilmente desde el domicilio, lugar de trabajo, o cualquier otro lugar, a través de los materiales especialmente diseñados para el estudio y del campus virtual (agenda de trabajo, biblioteca, material audiovisual, etc.), manteniendo contacto permanente (vía Web, e-mail, teléfono e incluso de forma presencial) con el equipo docente.

Esta flexibilidad es posible gracias a la atención y apoyo de tutores y profesores, que le guían de un modo personalizado a través de todo el proceso formativo hacia la consecución de los objetivos, eliminando así el aislamiento con el que suele relacionarse la formación a distancia. Además el equipo docente del curso preparará una serie de Pruebas de Autoevaluación que permitirán a los estudiantes evaluar por sí mismos la correcta adquisición de conocimientos y competencias asociadas al curso.

No existen actividades presenciales obligatorias. La evaluación se realizará basándose en las Pruebas de Evaluación a Distancia (estudio continuado a lo largo del curso) y el Trabajo Final, existiendo una serie de actividades complementarias y voluntarias como son la emisión de programas de radio, las conferencias por videoconferencia y las visitas a empresas relacionadas con el sector. Para sacar adelante el curso, se recomienda una dedicación mínima al curso de unas 10 horas semanales por parte del estudiante.

4. Material didáctico para el seguimiento del curso

4.1 Material obligatorio

4.1.1 Material en Plataforma Virtual

- Material en Formato Electrónico (PDF en color) que cubre el Programa del curso (en USB, CD-ROM y en el Servidor).
- Otros materiales en Formato Electrónico (imágenes, fotografías, audio, vídeo, reseñas de páginas web y otros ficheros en formato multimedia).

El resto del Material Didáctico propio del curso que el estudiante necesite (material específico, Pruebas de Autoevaluación, Pruebas de Evaluación a Distancia, orientaciones para el estudio, etc.) estará disponible en el Servidor del curso para que, a modo de una Biblioteca Virtual, el propio estudiante pueda ir cogiéndolo directamente a través de su ordenador según lo vaya necesitando a lo largo del curso. De la misma manera, este Servidor también se utilizará para recibir las consultas y las Pruebas de Evaluación a Distancia realizadas por los alumnos, así como las correcciones por parte de los profesores (distribución electrónica de material). Para interactuar con la Plataforma Virtual del curso, el estudiante únicamente deberá disponer de un ordenador personal o dispositivo móvil, así como acceso a Internet y a una cuenta de correo electrónico.

4.1.2 Material editado y de venta al público en librerías y librerías virtuales

Curso de Community Manager

Autores Rodríguez Fernández, Óscar
Editorial Anaya Multimedia
Edición 2018
Precio 28€
aproximado

ISBN 9788441539631

Social media. Herramientas y estrategias empresariales

Autores Dotras, Alberto

Editorial Ra-ma

Edición 2016

Precio aproximado 25€

ISBN 9788499646251

Puede adquirir dichos materiales a través de la [Librería Virtual de la UNED](#).

4.2 Material optativo, de consulta y bibliografía

4.2.1 Material editado y de venta al público

La guía avanzada del community manager(A)

Autores Mejía Llano, Juan Carlos

Editorial Anaya Multimedia

Edición 2015

Precio aproximado 24,95€

ISBN 9788441536661

Quiero ser community manager. 10 profesionales y 5 compañías analizan una nueva realidad

Autores Martínez-Priego, Chema

Editorial Esic Editorial

Edición 2012

Precio aproximado 18€

ISBN 9788473568319

Puede adquirir dichos materiales a través de la [Librería Virtual de la UNED](#).

4.2.2 Otros Materiales

SEO. CURSO PRÁCTICO

MARTÍN, DIEGO C.

AÑO DE EDICIÓN: 2018

Nº PÁGINAS: 228

ISBN: 978-84-9964-727-2

EDITORIAL: RA-MA EDITORIAL

ENCUADERNACIÓN: Rústica

5. Atención al estudiante

La atención al estudiante se realizará, tal y como se ha explicado, a través del servidor del curso instalado en el DIEECTQAI, al que el alumno puede acceder a través de Internet: es lo que se denomina Tutoría Telemática. Las consultas a través del Correo Electrónico se pueden dirigir tanto al profesor del curso, como al administrador del sistema o al coordinador del curso, según la naturaleza de la consulta. Además, para casos en los que no sea posible la comunicación a través del correo electrónico, o bien así lo prefiera el estudiante, existe la posibilidad de contactar telefónicamente con el profesor (913-987-746) o con el coordinador (913-987-780), preferiblemente los martes de 15 a 19 h. También con la secretaria administrativa en horario de mañana (913-986-494) Estos números cuentan con buzón de voz todo el día, lo que permite atender cualquier tema urgente que le surja al alumno.

Se programará la emisión de un programa radiofónico específico para este curso, siguiendo la línea de uso de medios de comunicación existente en la UNED. La fecha y hora de las emisiones se comunicará en su momento, con la debida antelación. Consulte la Guía de Medios Audiovisuales de la UNED para una información más detallada. Igualmente está prevista la celebración de sesiones presenciales con formato de seminario y foro de discusión abierto. Estas actividades presenciales son totalmente voluntarias.

Correo electrónico:

profesor-cm@ieec.uned.es, clarapm@ieec.uned.es

Dirección de Internet:

<https://www.cursocommunitymanageruned.org/>

<http://volta.ieec.uned.es/>

6. Criterios de evaluación y calificación

Teniendo en cuenta la metodología propuesta para el curso y el número de estudiantes por profesor, la evaluación será continua atendiendo y ponderando en cada caso el trabajo del alumno según la siguiente distribución:

- Consultas y participación en la Tutoría Telemática: un 10% aproximadamente de la nota final.
- Pruebas de Evaluación a Distancia (existen dos a lo largo del curso): un 60% aproximadamente de la nota final.
- Trabajo Fin de Curso (se fijará de forma individualizada entre el estudiante y uno de los profesores del curso): un 30% aproximadamente de la nota final.

7. Duración y dedicación

El curso empieza el 5 de Diciembre de 2018 y finaliza el 15 de Junio de 2019. La dedicación media semanal del estudiante debería estar entre las 10 y 15 horas, con algún esfuerzo adicional en la época de realización de las Pruebas de Evaluación a Distancia y del Trabajo Final.

8. Equipo docente

Director/a

Director - UNED

PEREZ MOLINA, CLARA MARIA

Colaboradores UNED

Colaborador - UNED

MARTIN GUTIERREZ, SERGIO

Colaboradores externos

Colaborador - Externo

LOSADA DE DIOS, PABLO

Colaborador - Externo

SEDANO FLORES, CARLOS ENRIQUE

9. Precio público del curso

Precio público de matrícula: 660 €

Precio del material: 300 €

10. Matriculación

Del 7 de septiembre al 15 de diciembre de 2018.

Teléfonos: 91 3867275 / 1592

Fax: 91 3867279

<http://www.fundacion.uned.es/>