

The background features abstract geometric shapes in teal and grey. A large teal shape is at the top right, and a grey shape is at the top left. A large grey shape is in the middle, and a teal shape is at the bottom right. The text is centered in the white space between these shapes.

Guía didáctica

IFCT136PO. Community Manager

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las redes sociales son una parte esencial de nuestra vida diaria y se han convertido en una herramienta clave para que las empresas se comuniquen con sus audiencias. Este curso está diseñado para ofrecerte una formación completa en el rol del Community Manager, preparándote para gestionar comunidades digitales de forma eficaz. Aprenderás a fomentar el diálogo entre marca y seguidores, y a utilizar herramientas que permiten monitorear, analizar y mejorar la presencia en redes sociales.

También te enseñaremos cómo integrar las redes sociales en una estrategia de marketing global, aprovechándolas como una extensión de las acciones comerciales. Desarrollarás habilidades de comunicación adaptadas a cada plataforma, dominando técnicas para crear mensajes claros, atractivos y estratégicos. A lo largo del curso, profundizaremos en el marketing relacional y la importancia de construir relaciones sólidas con los clientes.

Además, trabajaremos la creatividad como elemento diferenciador y exploraremos cómo generar ideas innovadoras para captar la atención de la audiencia. Analizaremos en detalle plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn, conociendo sus particularidades y públicos. Por último, abordaremos la importancia de optimizar contenidos para dispositivos móviles, garantizando una experiencia eficaz desde cualquier pantalla. Este curso te preparará para destacar en el entorno digital como un Community Manager profesional y versátil.

Objetivo general

Adquirir los conocimientos necesarios para responsabilizarse de campañas de comunicación corporativas utilizando las redes sociales y desarrollando una marca de empresa en la red.

CONTENIDO FORMATIVO

IFCT136PO	Community Manager	30 horas
UA1	Las redes sociales. El Community Manager <ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Qué es un Community Manager o Social Media Manager • Acciones realizadas en los medios sociales • Tipos de redes en función de lo que el usuario puede realizar en ellas • Herramientas utilizadas en las redes sociales • Conectarse a una red social • La privacidad • Recomendaciones De La Agencia Española De Protección De Datos 	2,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	3
UA2	Monitorizar, analizar y medir las redes sociales: Herramientas y técnicas <ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Acciones no convencionales • Acciones convencionales 	1,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	2
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	44
UA3	Las redes sociales en el plan de Marketing <ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Qué objetivos se pretenden • Diferentes opciones de presencia en los medios sociales • Elaboración del Plan de Marketing en Redes Sociales • Recomendaciones • Empresas especializadas 	2,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	3

IFCT136PO	Community Manager	30 horas
UA4	Las redes sociales y la comunicación: Su análisis como medio y como soporte publicitario <ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Los usuarios de los medios sociales • Actitud ante la publicidad • Las Redes Sociales como medio de comunicación empresarial • Errores de la comunicación empresarial en redes sociales • Casos de éxito y fracaso de Relaciones Públicas en Redes Sociales • Las redes como soporte publicitario 	2,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	3
UA5	Construir relaciones: El nuevo Marketing relacional <ul style="list-style-type: none"> • Internet y el marketing de relaciones • Marketing relacional • Marketing one to one • Plan de marketing relacional • Características del marketing relacional • Principios del Marketing relacional • Marketing relacional y redes sociales 	2,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	3
UA6	Creatividad y redes sociales <ul style="list-style-type: none"> • La creatividad • Apuesta por las redes sociales • Campañas de marketing creativas • Casos de éxito en España 	2,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	3
UA7	Los blogs <ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Principales características de los blogs • Elementos de un blog 	2,5

IFCT136PO	Community Manager	30 horas
	<ul style="list-style-type: none"> Ejemplos de blogs Crear tu propio blog El blog como herramienta de branding personal 	
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	3
UA8	Descripción de las principales redes sociales <ul style="list-style-type: none"> Panorama actual de las redes sociales Myspace YouTube Facebook Twitter Habbo LinkedIn Xing Google+ Pinterest Vimeo Instagram Flickr Foursquare 	4,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	5
UA9	Mobile Social Media: Los Smartphones <ul style="list-style-type: none"> Los smartphones El potencial del móvil para las redes sociales Ejemplo de aplicaciones móviles para conectarse a redes sociales Del Social Media al Social Media Móvil 	2,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Tiempo total de la unidad de aprendizaje	3
	Prueba final de evaluación	1
	Actividad final de evaluación	1