



# Presentación del Curso Presencial

**Community Manager**



### Tabla de contenido

Presentación del curso.....	3
Objetivos de aprendizaje .....	4
Contenidos del curso .....	5
Competencias previas.....	6
Recursos.....	6
Aspectos metodológicos.....	7
Criterios de aprobación .....	7



## Curso de Community Manager

### Presentación del curso

- La sociedad está inmersa a la revolución tecnológica y a la velocidad a la que evoluciona la tecnología hace cada vez más necesaria una formación especializada que nos permita adaptarnos a los cambios para no quedarnos en tiempos pasados
- Este es un curso que está diseñado para no solo plantar una página en Facebook y una cuenta de Twitter y actualizar de vez en cuando sino más bien para gestionar de la mejor manera todas las herramientas y tener resultados excelentes con una serie de tareas y responsabilidades.
- El Community Manager es la persona mejor situada para recopilar información sobre las necesidades y deseos de los miembros de la comunidad en internet y poder tratar los siguientes temas:
  - Comunicar efectivamente:
  - Tener una buena organización y habilidades de Time Management, saber qué y cómo priorizar, tener claro los objetivos
- Este curso es abierto dirigido a todas aquellas personas que quieran conocer de primera mano las habilidades que debe tener un Community Manager a través del conocimiento y aplicación sociales y su constante evolución y desarrollo para que sepan incorporar nuevos canales, medios y lenguajes en su estrategia y relación con el cliente, personas creativas que quieran crear su propia empresa aprovechando las alternativas de las redes sociales, personas con inquietudes por mantenerse actualizados.
- La metodología de este curso es un método formativo práctico, convencidos que es la única manera de generar una formación de calidad, para ello está dividido en cinco unidades para conseguir un buen aprendizaje con los alumnos.
- A lo largo del curso se dedicará un tiempo a la aplicación de los conocimientos aprendidos para desarrollo de una campaña como de su marca personal o algún negocio que el alumno tenga en mente lo cual deberá ser desarrollado con los diferentes contenidos adquiridos durante la impartición del curso.

## Objetivos de aprendizaje

**Objetivo general:**

- El objetivo de este curso es dar a conocer a los alumnos las últimas tendencias en todo lo relacionado con la evolución de las redes sociales y sus principales aplicaciones, tanto a nivel profesional como a nivel personal.

**Objetivos específicos:**

Pretender dar una visión práctica y aplicada a la vida real de su utilización con un objetivo aplicable a la imagen personal del alumno y enriqueciendo con los conocimientos en entornos empresariales, conociendo los aspectos más relevantes que pueden generar valor añadido a las empresas o a el mismo.

Dicho modo que el alumno pueda aplicar dichas herramientas en su entorno de trabajo, o bien, le permita disponer de una alternativa de ingresos desarrollando lo siguiente.

- Elaborar el plan social media de su empresa o marca.
- Conocer los factores claves que potencian cada una de las principales redes sociales.
- Desarrollar la estrategia de contenidos.
- Elaborar los contenidos adecuándolos a las características de cada red social.
- Planificar campañas de publicidad en Facebook y Twitter.
- Conocer las principales herramientas de análisis y monitorización en redes sociales.
- Evaluar y medir los resultados de sus acciones social media

4



**Contenidos del curso**

---

**Community Manager****Unidad 1: Community Manager**

- 1.1. Metodología del curso, Objetivos,
- 1.2. Que es un Community Manager
- 1.3. Social Media: perfiles, Objetivos, Recursos, Teoría
- 1.4. Marca Personal
- 1.5. Definición de Trabajo final

---

**Marketing online****Unidad 2: Marketing online**

- 2.1. La Web 2.0 y 3.0
- 2.2. Marca y reputación Online
- 2.3. Crear una Web efectiva
- 2.4. eCommerce
- 2.5. Nuevas formas de emprender
- 2.6. Marketing en redes sociales
- 2.7. Social Media Plan
- 2.8. Elaboración de un Social Media Plan
- 2.9. Contenido
- 2.10. Línea de Comunicación
- 2.11. Que debe vender un Community Manager
- 2.12. Presupuesto
- 2.13.

5

---

**Uso de Redes Sociales****Unidad 3: Uso de Redes Sociales**

3. Facebook
  - 3.1. Datos Fundamentales sobre Facebook
  - 3.2. Conceptos Básicos: elementos que componen Facebook
  - 3.3. Perfil: descripción y uso Consejos
  - 3.4. Paginas aplicaciones y herramientas de Facebook
  - 3.5. Creando una página de Facebook
  - 3.6. Herramientas de medición y monitorización
- 3.7. Twitter
  - 3.8. Descripción de twitter y su configuración Primeros pasos
  - 3.9. Partes de Twitter y pestañas
  - 3.10. Como responder en Twitter
  - 3.11. Creación y gestión de Comunidades en twitter
- 3.12. Pinterest
- 3.13. Introducción



- 3.14. Pinterest origen y contenidos compartidos
- 3.15. Pinterest Solicitud de invitación y perfil de usuario
- 3.16. Instagram
- 3.17. Introducción
- 3.18. Instagram Herramientas y buenas prácticas
- 3.19. YouTube
- 3.20. Objetivos y Optimización.
- 3.21. Principales hábitos a desarrollar para grabación de videos.
- 3.22. Los cinco pasos del YouTube marketing:
- 3.23. LinkedIn
- 3.24. La red más profesional.
- 3.25. Creación, personalización y optimización de perfiles.
- 3.26. Red de contactos y gestión de recomendaciones.
- 3.27. Uso profesional de grupos.
- 3.28. Estrategias corporativas en LinkedIn.
- 3.29. Otras Redes sociales

Medición y Control

---

#### Unidad 4: Medición y Control

4. Métricas y ROI en Redes Sociales
- 4.1. Herramientas para controlar Social Media

Plan de Marketing

6

---

#### Unidad 5: Plan de Marketing

5. Creación de Campañas en Redes Sociales
- 5.1. Como se generan los ingresos y como se mide la rentabilidad
- 5.2. Desarrollo de trabajo final
- 5.3. 4p Aplicadas
- 5.4. Resultados del Plan

---

#### Competencias previas

- Se requiere mínima familiaridad de comunicación, en marketing digital y en relaciones públicas, así como también debes conocer muy bien la información de la empresa para la cual trabajas o negocio que deseen manejar

---

#### Recursos

- Acceso a un equipo de computación con conexión a internet
- Disponer de una cuenta de correo electrónico

### Aspectos metodológicos



El curso de Community Manager se desarrolla totalmente práctico con un enfoque dinámico y participativo centrado en los participantes.

El seguimiento del docente es constante y proactivo, lo que garantiza el éxito del proceso de aprendizaje.

### Criterios de aprobación



- Revisión permanente de la información recibida durante el desarrollo del curso
- Cumplimiento de las trabajos y deberes propuestos
- Participación activa durante el desarrollo del curso
- Obtención de un rendimiento mínimo de 14/20 puntos
- Asistencia mínima de 80/100

