



DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES (COMMUNITY MANAGER)

INTRODUCCIÓN

En los últimos años la aparición en Internet de lo que se ha dado en llamar Redes Sociales, páginas web donde el usuario se describe a sí mismo y rellena su perfil con sus datos personales, con fotos, contando su biografía, su curriculum académico y laboral, etc., ha revolucionado nuestras vidas hasta tal punto que es raro conocer a alguien que no te diga que está en Facebook, que tiene una cuenta de Twitter X o que usa Instagram para compartir sus fotos.

Esta proliferación de las redes sociales ha atraído a empresas y organizaciones de todos los sectores económicos, que han visto en ellas un nuevo canal de comunicación con sus clientes, así como una manera de hacer marketing y promover su imagen de marca.

La aparición este nuevo canal de comunicación de las empresas con sus clientes, a raíz de la proliferación de las Redes Sociales y el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, hace que cada vez más las empresas de cierto tamaño, necesiten de un Responsable para encargarse de su Gestión y darles un valor añadido, mejorando así la experiencia del cliente y sirviendo de plataforma para captar nuevos clientes.

Será el Director y Gestor de las Comunidades Virtuales, conocido por su nombre en inglés de Community Manager, el encargado de realizar las tareas de gestión de las redes sociales de la empresa, debiendo ser un profesional polivalente, con capacidad para adaptarse ante los rápidos cambios que surgen en el sector y con una vocación por las nuevas tecnologías.

Se trata por lo tanto de una profesión muy reciente y que cuenta unas excelentes expectativas de crecimiento a corto y a medio

plazo, en un mercado con constante demanda de profesionales cualificados para la gestión de las Redes Sociales.

Este curso de Dirección y Gestión de Comunidades Virtuales (Community Manager) proporcionará al alumno los conocimientos necesarios para desempeñar la labor de un Community Manager de empresa, con las mayores garantías de profesionalidad y calidad en su trabajo.

¿A QUIEN VA DIRIGIDO? / REQUISITOS

Este curso de Dirección y Gestión de Comunidades Virtuales (Community Manager) se dirige a todas aquellas personas que les gustaría dedicarse profesionalmente al mundo de la comunicación en redes sociales, la publicidad online y en general la comunicación digital entre empresas y clientes.

Para la realización de esta formación no es necesaria tener conocimientos previos en la materia, no obstante sí que es recomendable ser una persona que le guste y esté familiarizada con los entornos de las Redes Sociales (Facebook, Twitter X, Instagram, Google+, LinkedIn, Pinterest...).

OBJETIVOS

Una vez finalizado el curso de Dirección y Gestión de Comunidades Virtuales (Community Manager), el alumno habrá recibido la formación necesaria para desarrollar su profesión en empresas y compañías que necesiten de profesionales cualificados en la gestión de sus redes sociales.

Entre los objetivos principales del curso están:

- Conocer los distintos tipos de redes sociales y su importancia de cara a la gestión empresarial, sabiendo cuál de las redes es más adecuada para nuestra empresa en función del sector económico.
- Monitorizar constantemente las Redes Sociales e Internet en busca de menciones sobre la empresa, así como vigilar las acciones de nuestros competidores, acciones a tomar e identificar nuevas oportunidades de negocio en la web, etc.
- Ser capaz de recopilar la información obtenida en la red y elaborar informes de situación, con el objetivo de tomar

acciones necesarias para mejorar o aumentar nuestros impacto y presencia en la redes.

- Implicar a otros departamentos de la empresa en las acciones a tomar en las Redes Sociales, concienciando de la importancia que una buena reputación online tiene en la buena marcha de la empresa.
- El Community Manager será la voz de la empresa en las redes sociales, por lo que sus acciones y sus publicaciones deberán de estar coordinadas con las políticas de comunicación de la empresa.
- Tener la capacidad de detectar a los “líderes de opinión” o “influencers” que más nos interesen en función del sector laboral de nuestra empresa de cara a conseguir un mayor impacto online.
- Encargarse de las publicaciones en todas las redes sociales en las que la empresa tenga presencia, adecuando la información al formato más adecuado a cada red.

SALIDAS PROFESIONALES

Una vez superados todos los temas que componen esta formación, el alumno estará capacitado para desarrollar su trabajo como Community Manager, desarrollando su labor profesional en la gestión de las redes sociales (Facebook, Twitter X, Instagram, Google+, LinkedIn, Pinterest, etc...) de una empresa o compañía, encargándose de la elaboración de contenidos, gestión de la reputación online, atención al cliente, promoción de los servicios de la empresa, implementación de estrategias de comunicación en redes sociales y coordinación de acciones con otros departamentos de la empresa.

CONTENIDO

Los materiales Didácticos que recibirás para realizar el Curso han sido desarrollados por expertos en Formación Abierta, para que desarrolles los conocimientos de los contenidos de los mismos sin necesidad de acudir a clases presenciales, a tu ritmo y desde cualquier lugar, lo que te da la ventaja de conseguir los objetivos que te plantees de acuerdo a tu capacidad y el tiempo del que dispongas.

El curso se divide en 3 módulos, con cuestionarios de autoevaluación por cada tema y 3 exámenes de evaluación.

Los contenidos se agrupan en los siguientes módulos profesionales:

MÓDULO 1: Desarrollo de la Web 2.0 y las comunidades virtuales

- **Tema 1.** La profesión de Community Manager.
- **Tema 2.** El desarrollo de Internet y de la Web.
- **Tema 3.** Tecnologías Web 2.0 e Interacción Social.
- **Tema 4.** La Influencia de las Tecnologías en la Sociedad.
- **Tema 5.** El desarrollo de grupos y comunidades virtuales.

Examen de **Evaluación nº 1**

MÓDULO 2: Los medios sociales y el marketing en la Web 2.0

- **Tema 1.** El desarrollo de los medios sociales.
- **Tema 2.** Gestión de clientes a través de Internet.
- **Tema 3.** Las acciones de marketing basadas en la Web 2.0.

Examen de **Evaluación nº 2**

MÓDULO 3: Gestión estratégica de las comunidades virtuales de clientes

- **Tema 1.** Plan Estratégico y Optimización de los Medios Sociales.
- **Tema 2.** Gestión de la Reputación en Línea de la Marca.
- **Tema 3.** Análisis de seguimiento y resultados de las campañas.
- **Tema 4.** Deontología profesional para responsable de comunidad.

Examen de **Evaluación nº 3**

ACREDITACIÓN Y DIPLOMA

“Dirección y Gestión de Comunidades Virtuales”