

aulaformacion

Parque Industrial. P-113. 34200 Venta de Baños - Palencia - Tel. 902 300 247 - www.aulaformacion.es - gestion@aulaformacion.es

**CURSO UNIVERSITARIO DE ESPECIALIZACIÓN
CON PRÁCTICAS EN EMPRESA**

UEMC

Universidad Europea
Miguel de Cervantes

Técnico en Community Manager

Cursos Online 100%

Programas Certificados por
Universidad Europea
Miguel de Cervantes (UEMC)

www.calidadyformacionempresarial.es

Tel. 902 300 247

aulaformacion
FORMACIÓN ESPECIALIZADA A DISTANCIA

M
Project Management
EXPERIENCIA

FORMACION
OnLine

Datos generales del curso TÉCNICO EN COMMUNITY MANAGER

¡INVIERTE EN TU FUTURO PROFESIONAL!

Imprescindible para la formación y cualificación de profesionales y responsables de la Comunicación y el Marketing en nuestras empresas y organizaciones.



En este caso, los certificados y diplomas obtenidos cuentan con la firma y el sello de la Secretaría General de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, lo que les otorga validez a efectos de su participación o presentación en oposiciones, concursos oposición, concursos de méritos y otros procesos de selección. Todo ello, en base al Real Decreto 276/2007 de 23 de Febrero (BOE de 2 de marzo de 2007), que reconoce los cursos de las universidades a todos los efectos y los ajusta en todo a los requisitos exigidos por las comisiones de baremación.

DIPLOMAS Y CERTIFICACIÓN ACADÉMICA

A la finalización de este curso universitario de especialización el alumno, una vez superadas con aptitud las pruebas, recibirá un Título emitido por AULAFORMACION y Diploma acreditativo expedido por la Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC) con reconocimiento de créditos universitarios ECTS.



PRÁCTICAS EN EMPRESAS

Este Curso Técnico Universitario de especialización da opción a la persona matriculada a la realización de prácticas no laborales en una empresa.

Dichas prácticas podrán ser realizadas mediante la firma de Convenio de Cooperación Educativa entre la UEMC, AULAFORMACION como centro colaborador adscrito a la Universidad, la Empresa de acogida y el alumno, al amparo del Real Decreto 592/2014, de 11 de julio, por el que se regulan las prácticas externas de los estudiantes universitarios.

La duración de la práctica no deberá de exceder de **6 meses de duración**. El plazo comenzará a computar desde la firma del convenio, siempre que éste se produzca entre el inicio y la finalización del curso académico.

El proceso de tramitación, gestión, seguimiento y evaluación del convenio de prácticas es completamente **gratuito**.

La realización de la práctica es **opcional y voluntaria** para el alumno siendo éste el encargado de la búsqueda de la empresa receptora de la práctica. Si ésta se produce quedará recogido en el correspondiente Título académico.

El Curso Universitario, conforme a los requisitos establecidos en el RD 592/2014, habilita a la realización de prácticas que estén vinculadas a las **competencias básicas, genéricas y/o específicas** que se ofertan en este programa académico.

Los riesgos inherentes de la responsabilidad civil de la práctica están cubiertos por póliza de seguro suscrito por la Escuela.

Adenda a las Prácticas en empresas.

El programa obligatorio del curso está **complementado por un programa formativo voluntario ("Bloque de competencias personales" - ver programa -)**, para quién opte a la realización de prácticas en empresas.

Dicho programa voluntario, está compuesto por dos módulos formativos:

- Un primer módulo cuya finalidad es que el alumno obtenga competencias para mejorar su empleabilidad y su crecimiento personal y profesional.
- Un segundo módulo (obligatorio para quién ya esté realizando la práctica no laboral) de información de la normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales (según establece el RD 592/2014).

DESCRIPCIÓN

Este **Curso Técnico Universitario de especialización** habilita profesionalmente a las personas que lo cursen a trabajar en la empresa específicamente en el área profesional del Marketing y la Comunicación, a través de la realización de un programa teórico práctico impartido y tutorizado por profesionales.

Este Curso Técnico está destinado a aquellas personas que requieran **competencia general** para ejercer el rol de Community Manager como figura fundamental en las empresas y organizaciones del márketing y la comunicación a través de internet.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS

Los objetivos perseguidos a lo largo del Curso son:

- Adquirir de forma teórico-práctica las aptitudes, destrezas y competencias generales, técnicas, organizativas para el desempeño profesional del perfil de Community Manager cómo responsable en las empresas y organizaciones de la gestión de las Redes Sociales y de sus comunidades, en el marco de la comunicación empresarial, y de la imagen y reputación de marca.

El programa académico obligatorio incorpora además del desarrollo de competencias específicas profesionales y académicas propias de la materia y área del curso, un programa complementario de contenidos que favorece el desarrollo de competencias generales instrumentales (resolución de problemas), personales (trabajo en equipo) y sistémicas (Liderazgo).

PRECIO

Precio oficial: 495 euros.

Precio becado: 350 euros (*)

Incluye acceso al Aula Virtual de la Plataforma y entrega de CD Rom con los contenidos a la finalización del curso (y su envío por correo postal).

(*) El Precio con beca, además de lo anterior, incluye la opción a la realización de las Prácticas en empresa. El "precio becado" es una medida de la UEMC y AULAFORMACION para favorecer la empleabilidad y la inserción laboral de sus alumnos.

Matrícula abierta todo el año.

Posibilidad de financiación para trabajadores de empresas a través de la gestión de la **Formación Bonificada**. Consultar.

[DESTINATARIOS]

DESTINATARIOS

Titulados y no titulados que quieran dedicarse profesionalmente al desempeño de funciones relacionadas con la comunicación 2.0. y/o la gestión de comunidades a través de Internet, y más concretamente como Responsables de Comunidad en las organizaciones – Community manager-.

En general:

Cualquier persona interesada en manejar las relaciones con los usuarios de las redes sociales.

- Requisitos de acceso al curso y al diploma universitario: ninguno. No se requiere titulación alguna.

CM

PROGRAMA

Duración 200 horas (8 ECTS)

Matrícula abierta todo el año

Programa a desarrollar en el plazo máximo de 3 meses. En el caso de programa con prácticas se amplía a 6 meses.

A) BLOQUE DE COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

TEMA 1. SOCIAL MEDIA

Unidad 1. WEB 2.0 y Social Media

1. Evolución de la comunicación
2. De la web 1.0 a la web 2.0
 - 2.1. Evolución de la web
 - 2.2. La Web 1.0: el inicio
 - 2.3. La Web 2.0: un cambio de actitud
3. Las web 2.0 y las redes sociales
 - 3.1. Definiciones
 - 3.2. Tipos de Redes Sociales
 - 3.3. Las redes sociales en España

Unidad 2. El uso e influencia de los Social Media

1. Las Redes sociales en la actualidad
2. Influencia de los Social Media en la Sociedad
3. Cambios generados en las relaciones entre los usuarios en los Social Media
4. Cambios generados en las relaciones con las empresas en los Social Media
5. La privacidad de los usuarios en la redes sociales.
 - 5.1. Condiciones de uso de las redes sociales
 - 5.2. Condiciones de uso para usuarios
 - 5.3. Condiciones de uso para empresas
 - 5.4. Derecho al olvido

Unidad 3. Uso de las principales Redes Sociales.

- 3.1 Facebook
- 3.2 Twitter
- 3.3 LinkedIn
- 3.4 Youtube
- 3.5 Flickr
- 3.6 Slideshare
- 3.7 Fourquare y la geolocalización

TEMA 2. SOCIAL MEDIA MARKETING

Unidad 1. Social Media Marketing

1. Los nuevos modelos de negocio basados en la web 2.0.
2. El Nuevo marketing, marketing online o digital
3. El Marketing en los medios sociales

Unidad 2. El uso eficaz de las redes sociales por parte de las empresas

1. Beneficios en el uso de las redes sociales
2. Pasos necesarios para iniciarnos en los Social Media
3. Interactividad con los clientes presentes y futuros: personas y contenidos
4. Publicitarnos en los medios sociales
5. La imagen de nuestra empresa y la reputación corporativa en la red
6. Su uso como medio de comunicación rápido y eficaz de información
7. Mejora del servicio y la competitividad
8. Evitar el mal uso de las redes sociales

Unidad 3. El uso de los Social Media en las estrategias de negocio de las empresas

1. Bases del Marketing en las Redes sociales
 - 1.1 Las 4 C del marketing 2.0.
 - 1.2. Entender las nuevas formas de publicidad
 - 1.3 Las 4 F del marketing 2.0.
 - 1.4. Estrategias de marketing en los medios sociales
 - 1.4.1. Plan estratégico en medios sociales
 - 1.4.2. Desarrollo de estrategias en los Social Media Marketing
2. Creación de comunidad con los usuarios en los medios sociales
 - 2.1. Comunicación en los medios sociales
 - 2.2. Construir las relaciones
 - 2.3. Crear comunidad
 - 2.4. Aportar valor al usuario
 - 2.5. Recibir feedback de los usuario

TEMA 3. COMMUNITY MANAGER

Unidad 1. La Figura del Community Manager

1. Community manager: concepto e historia
2. El CM y la comunicación bidireccional
3. El papel del CM
4. Competencias generales
5. Perfil y formación del CM
 - 5.1. Cualificación y competencia técnicas
 - 5.2. Habilidades sociales y directivas
 - 5.3. Cualidades del Candidato
6. Organización del trabajo
7. Herramientas del CM
 - Herramientas de monitorización
 - Herramientas de productividad de redes sociales
 - Herramientas de análisis de datos, tendencias y de palabras clave
 - Herramientas de análisis web
 - Otras Herramientas útiles de apoyo, productividad y gestión de contenidos
8. Medición del ROI en las Redes Sociales
 - 8.1. Medición de la estrategia: ROI
 - 8.2. Medición de resultados y métricas
 - 8.3. Herramientas de medición y seguimiento en los Social Media



Unidad 2. Aspectos Prácticos del trabajo del Community Manager: Realización Profesional para crear Marca

1. Hacer marketing en línea
 - 1.1. Las nuevas normas del marketing y de las relaciones públicas
 - 1.2. Editar contenidos
 - 1.3. Desarrollar contenido líder
 - 1.4. Distintas formas de contenido
 - 1.5. Cómo crear contenido interesante
2. Hacer Blogging
 - 2.1. Blog: contar su historia a millones de personas
 - 2.2. Cómo crear un Blog
 - 2.3. Publicar en su Blog
 - 2.4. Cómo promocionar su blog
 - 2.5. Promocione su marca con los Podcast
3. Creación de perfiles en redes sociales
 - 3.1. Empiece con un avatar
 - 3.2. Describa un perfil
 - 3.3. Seleccionar redes sociales
 - 3.4. Desarrollo de una marca portátil
 - 3.5. Cómo usar Facebook
 - 3.6. Cómo usar Twitter

Unidad 3. Aspectos prácticos del trabajo del Community Manager: Realización profesional para dar a conocer la Marca y crear Comunidad

1. El marketing viral y explosivo
 - 1.1. El marketing explosivo
 - 1.2. Las normas de divulgación
2. El papel de la relaciones públicas
 - 2.1. Planteamientos pasivos y proactivos
 - 2.2. La nota de prensa personal
 - 2.3. El dossier de prensa como herramienta de productividad
 - 2.4. El arte del correo electrónico
 - 2.5. Las nuevas reglas del compromiso
 - 2.6. Mantener buenas relaciones con los bloggers
3. Otras estrategias para promocionar la marca
 - 3.1. Colaborar con varios canales de comunicación
 - 3.2. Divulgar la marca: embajadores de marca
 - 3.3. Crear eventos

Unidad 4. Aspectos prácticos del trabajo del Community Manager: Realización profesional para mantener la Marca

1. Gestión de la reputación online
 - 1.1. La vigilancia de la marca
 - 1.2. El efecto Google en la reputación online
 - 1.3. Control de daños en internet
 - 1.3.1. Importancia del SEO en la gestión de la reputación online
 - 1.3.2. La privacidad

Unidad 5. Casos Prácticos . Ejemplos de éxito en las Redes Sociales



TEMA 4. TALLER DE GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN DE MARCA EN INTERNET

1. La marca clásica y la marca personal.
2. Reputación online vs. SEO.
3. Gestión y medición de la reputación online por parte del CM: herramientas a utilizar, identificación de contenidos positivos, negativos y neutrales, metodología de valoración y presentación de resultados. Klout, Radian6, AlterianSM2, Netvibes.
4. Gestión de crisis: valoración de las informaciones negativas, actuaciones a llevar a cabo, informes.
5. Casos prácticos: creación de una marca personal, valoración de resultados y creación de una crisis de marca.

TEMA 5. TALLER DE SEGUIMIENTO, MONITORIZACIÓN, Y CONTROL DE CAMPAÑAS DE SOCIAL MEDIA MARKETING

1. Recursos de Social Media Marketing: redes sociales, blogs, usuarios influyentes, webs en las que obtener repercusión.
2. Definición de indicadores: qué indicadores mínimos hemos de tener en cuenta para conocer el éxito de una campaña y el ajuste en función de los medios utilizados.
3. Herramientas para seguimiento de campañas y monitorizaciones:
 - 3.1. Integración con Google Analytics para medición de tráfico web y conversiones.
 - 3.2. Estadísticas de Facebook Ads.
 - 3.3. Herramientas de seguimiento de clicks.
 - 3.4. Seguimiento de métricas a través de herramientas de monitorización de Twitter, tanto de impacto como de gestión de comunidades (Pirendo y SocialBro). Seguimiento de hashtags.
 - 3.5. Impactos en webs.
4. Presentación de informes y resultados: cómo hacer la información más clara y accesible.



B) BLOQUE DE COMPETENCIAS GENÉRICAS:

TEMA 1. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y TRABAJO EN EQUIPO

1. Resolución de Conflictos
2. Trabajo en equipo

TEMA 2. TÉCNICAS DE MOTIVACIÓN DE EQUIPOS Y AUTOMOTIVACIÓN

1. La importancia de la motivación
2. Modelos motivacionales
3. Técnicas de motivación
4. El poder de la motivación

C) BLOQUE DE COMPETENCIAS PERSONALES -Opcional (*)-

(*) Complemento del Programa, para quienes realicen prácticas no laborales

TEMA 1. MARCA PERSONAL Y BÚSQUEDA DE EMPLEO (Voluntario)

1. Contexto de la Marca Personal: ¿Por qué es necesario crear una Marca Personal?
2. Personal Branding
3. El marketing personal
4. El auto-conocimiento: Conócete a ti mismo
5. Análisis externo: el mercado laboral y la intermediación laboral
6. Diagnóstico: Posicionamiento. Mi perfil profesional
7. El Plan de acción
8. La creación de Marca Personal. 2.0. La identidad digital y reputación 2.0.
9. La visibilidad y comunicación de la marca. Networking
10. El proceso de selección de personal. Reclutamiento 2.0.
11. Estrategias de búsqueda de empleo
12. Herramientas 2.0. para crear marca y buscar empleo
13. La gestión de la Reputación Online
14. Ejemplos de casos prácticos: marca personal y estrategias de empleabilidad
15. Taller práctico. Plan de acción: construye y planifica tu propia Marca Personal y desarrolla tu propio Personal Marketing Plan para la búsqueda de empleo

TEMA 2. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES (Obligatorio)

1. Conceptos básicos sobre seguridad y salud en el trabajo
2. Riesgos generales y su prevención
3. Elementos básicos de gestión de la prevención de riesgos

(*) El programa incluye ejercicios y tareas evaluables por parte de los tutores-profesores, así como cuestionarios de evaluación tipo test

[PROFESORADO]

PROFESORADO

En este Curso Universitario de especialización ponemos a disposición tutores cualificados, con titulaciones universitarias de grado superior con una amplia formación acreditada en el mundo del Marketing, la Comunicación, la Gestión y las Nuevas tecnologías de la Información y Comunicación, y con una sólida y amplia experiencia en :

- la implantación de estrategias de Marketing Digital y Modelos de negocio 2.0.
- la gestión de redes sociales y herramientas 2.0
- las técnicas del Marketing digital

CM

METODOLOGÍA

Este curso se imparte en la modalidad a distancia bajo **metodología de aprendizaje E-Learning**.

El Modelo de formación a distancia está basado en una combinación de una acción tutorial constante por parte del equipo docente y un autoaprendizaje basado en el empleo de recursos didácticos multimedia e interactivos.

La **acción tutorial** se desarrollará completamente a través del Aula Virtual de la Plataforma de aulaformacion.

El aula virtual también será el depositario de cuantas entregas se realicen de los contenidos teórico-prácticos del curso y de otra documentación complementaria (legislación, artículos,...) y de otros recursos informativos y de asesoramiento. Por ello, es necesario conectarse al Aula Virtual y realizar el seguimiento para el buen aprovechamiento del curso.

La formación a distancia se basa en un modelo de formación que no requiere la presencia física del alumno en una clase o centro de formación tradicional, lo que permite compatibilizar el aprendizaje con otras actividades, lo que le caracteriza por una gran flexibilidad en el desarrollo del curso. El alumno es quien establece sus horarios, el ritmo y el lugar de realización del curso, aunque dentro del Plan de Trabajo establecido. Por otro lado, se trata de un tipo de aprendizaje con un alto componente de autonomía que requiere la autoexigencia por parte del alumno y una buena planificación.

El autoaprendizaje es necesario a través del estudio y el trabajo individual.

MATERIAL DIDÁCTICO

Para ayudar al alumno, además de la acción tutorial, se pone a su disposición un material didáctico con una alta calidad formativa. Este material didáctico, se pone a disposición del alumno a través del aula virtual donde además del contenido teórico práctico en formato multimedia e interactivo se encontrará con otro material complementario, foros de discusión, talleres y tareas, módulos resumen y de ejercicios en formato multimedia e interactivo, y los test de evaluación.

La matrícula incluye: acceso al Aula Virtual de la Plataforma y entrega de CD Rom con los contenidos a la finalización (y su envío por correo postal).

EVALUACIÓN

Para la obtención del Certificado del curso será necesario superar las tareas propuestas satisfactoriamente y los test de las unidades didácticas respondiendo correctamente a un mínimo del 70% de las preguntas formuladas en cada test. Posibilidad de recuperación de las evaluaciones suspensas.

Cursos relacionados

Otros Cursos que pueden ser de tu interés:

- Experto en Sistemas de Gestión de la Seguridad alimentaria
- Experto en Gestión de la Calidad y Excelencia empresarial
- Experto en Gestión de Sistemas integrados: Calidad, Medioambiente y Prevención
- Experto en Gestión medioambiental
- Experto en Community Manager y Social Media
- Técnico superior en Gestión Económico administrativa
- Técnico en Sistemas de Gestión de la Calidad ISO 9001
- Técnico en Sistemas de Gestión Medioambiental ISO 14001
- Técnico en Sistemas de Gestión de la Salud y Seguridad Laboral
- Técnico en Gestión de la Seguridad de la información y de la Protección de datos
- Técnico en Empresa Digital: adaptación de la pyme al Entorno 2.0 y a nuevos Modelos de Negocio Digital
- Técnico en Gestión comercial de ventas
- Técnico en Dirección y gestión de Recursos humanos
- Técnico en Habilidades directivas
- Técnico en Formación 2.0
- Técnico en Gestión contable y análisis económico
- Técnico en Facturación y Gestión de Riesgos
- Técnico en Ofimática
- Técnicas para mandos intermedios: mejora de procesos y solución de problemas



Luis Tapia Aneas. Director de Aulaformacion

«La mente que se ensancha con una nueva idea, nunca vuelve a su dimensión original.» (Alvin Moscow)

La Escuela de Calidad y Formación Empresarial es una iniciativa promovida por AULAFORMACION como Centro colaborador de la Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC), y empresa especializada en la impartición de formación a distancia a través de metodologías e-learning. Compuesta de un grupo de profesionales en los ámbitos académico y empresarial, que tiene por misión la formación en nuevas profesiones emergentes en los ámbitos de la Calidad, la Gestión, y de la Innovación empresarial.

AULAFORMACION (Aula Formación Conocimiento e Innovación S.L.) es la empresa del Grupo PM Consultores especializada en la gestión de la formación y en la aplicación de las nuevas tecnologías de la información al sector del aprendizaje y de la educación.

Grupo PM Consultores www.pmconsultores.com es una firma especializada en la gestión de proyectos de valor añadido en las áreas de la Gestión y Organización empresarial.

AULAFORMACION tiene por misión ser su aliado en la Formación. Disponemos de conocimiento e innovación, que queremos transmitir a nuestros clientes, a través del aprendizaje y de la Formación Empresarial para generar competitividad, mejorar habilidades personales u desarrollar capacidades profesionales.

En AULAFORMACION ofrecemos a cada persona una solución especializada de formación a distancia para su futuro. Contribuimos a que todas las personas ejerzan su derecho a tener la posibilidad de formarse a lo largo de la vida, dentro y fuera del sistema educativo, con el fin de adquirir, actualizar, completar y ampliar sus capacidades, conocimientos, habilidades, aptitudes y competencias para su desarrollo personal y profesional.

La Escuela de Calidad y Formación Empresarial en la impartición de sus programas y cursos universitarios de especialización persigue la **formación en competencias** y la transformación y la **adaptación al cambio** de los diferentes perfiles profesionales, mediante la incorporación de nuevas tendencias de gestión y organización empresarial, y nuevas metodologías y herramientas.

Todos nuestros cursos están diseñados e impartidos por profesionales que trabajan en el sector de la Calidad, la Organización empresarial, la Consultoría y

la Formación Empresarial y se imparten en la modalidad a distancia bajo metodología de aprendizaje E-Learning, basada en una combinación de una acción tutorial constante y un autoaprendizaje basado en el empleo de recursos didácticos multimedia e interactivos.

En todo momento, el alumno en el seguimiento de la formación impartida contará con soporte y ayuda de personal cualificado, tanto en los aspectos académicos y formativos (tutorización), como de coordinación y gestión administrativa, como en el uso y aprovechamiento de los recursos y del material que se sigue e imparte en la plataforma e-Learning.

Por último la Escuela de Calidad y Formación empresarial como medida para potenciar la inserción e integración de sus alumnos al Mercado laboral complementa en sus programas formativos con la realización de **Prácticas en empresas**, con carácter voluntario. Aulaformación y la UEMC otorgan a todos aquellos que se matriculen en estos cursos con prácticas una beca de reducción de precio (precio becado).

La **Escuela Interactiva de Marketing Digital (ESIMAD)** es una iniciativa de un grupo de profesionales del mundo de la Economía Digital en los ámbitos académico y empresarial, que tiene por misión la educación y el aprendizaje en nuevas profesiones emergentes en los ámbitos de la Gestión, de la innovación y el Marketing Digital.

Apostamos por una formación actual, que llegue a todos los rincones, con técnicas de educación y aprendizaje basadas en las nuevas tecnologías, y que potencie el **desarrollo de un nuevo profesional** “nativo digital” en los valores de la cultura 2.0.; un desarrollo y progreso de un nuevo profesional que pueda crear y desarrollar su “propia marca personal”, y en el que adquiera un “nuevo estilo de trabajo” basado en la superación y el reto, en el logro de sus propios méritos personales y en el carácter emprendedor.

Todo ello un **entorno de trabajo digital**, dónde cobra importancia la persona y los recursos humanos, dónde el máximo exponente es el **Equipo humano de formadores**, que con su conocimiento y experiencia profesional sabrán transmitir estos principios, valores y aptitudes, además de una experiencia basada en talento, conocimientos y hechos.

Para ello ofrecemos programas adecuados para los nuevos profesionales de la Sociedad Digital en los diferentes ámbitos de la gestión y del marketing.

Así con la garantía y el apoyo de la Universidad se ofrecen **Programas formativos certificados** en cursos profesionales técnicos, de experto y de postgrado dirigidos a la formación integral de profesionales del Marketing en Internet, Community Manager, Online Marketing Manager, Social Media Manager, Social media Strategics, Online Reputation Manager, Online Product Manager,...

