

Desarrollo
profesional y personal

Curso académico 2024-2025

Community Manager: Tecnología y Práctica Aplicadas a la
Social Media

del 4 de diciembre de 2024 al 16 de junio de 2025

20 créditos

DIPLOMA DE EXPERTO PROFESIONAL

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

Departamento

Ingeniería Eléctrica, Electrónica, Control, Telemática y Química Aplicada a la Ingeniería
E.t.s. de Ingenieros Industriales

**XII Curso de Experto Profesional en COMMUNITY MANAGER:
Tecnología y Práctica Aplicadas a la Social Media**



PROGRAMA DE DESARROLLO PROFESIONAL Y PERSONAL

Curso 2024/2025

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/a 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.

Destinatarios

El curso tiene un enfoque práctico y está dirigido a todas aquellas personas que deseen formarse como Community Managers y orientar su carrera profesional hacia el sector de los Social Media. También es perfecto para cualquier profesional que quiera potenciar su currículum y adquirir conocimientos en el campo del Community Management, las Redes Sociales y el Marketing Digital, en respuesta a las necesidades e intereses del mundo del trabajo, con lo que puede complementar muy bien distintos perfiles profesionales.

Junto con la explosión que en los últimos tiempos han sufrido las Redes Sociales, así como diversos canales de comunicación online, ha surgido la necesidad de formar profesionales que sean capaces de desempeñar el papel de responsables de una comunidad

online. 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; disponer de profesionales que sean capaces de gestionarla adecuadamente y proporcionar mayor visibilidad al negocio es fundamental en un entorno cada vez más competitivo.

Todos los temas se tratan desde la base, por lo que no es necesario tener conocimientos previos para el aprovechamiento del curso, únicamente se recomienda poseer unos conocimientos mínimos de informática a nivel de usuario. La titulación inicial exigida es una titulación universitaria de grado o equivalente, pero al 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.**

Los conocimientos teórico-prácticos aportados constituyen un valor añadido, tanto para emprendedores, como para todo tipo de profesionales en general; especialmente, 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, proporcionando los conocimientos clave para trabajar de manera efectiva en el campo del Marketing Digital y las Redes Sociales.

Para ello se analizan diversos canales de comunicación online, así como las funciones y habilidades necesarias a la hora de desarrollar y mantener un proyecto Social Media. En este sentido, se examinan 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 y analizar el impacto que dichas acciones tienen dentro de una determinada estrategia empresarial.

En el curso se revisan en detalle las características de las plataformas de Redes Sociales más populares y se hace especial hincapié en las buenas y malas prácticas en el desempeño profesional, resaltando la importancia de la ética y la legalidad en el uso de las Redes Sociales. También se estudia cómo crear contenidos digitales relevantes de forma eficiente y cómo promocionar dichos contenidos con técnicas basadas en el posicionamiento natural y el posicionamiento patrocinado, incluyendo la creación de campañas de publicidad en Redes Sociales. para lograr que una determinada organización alcance mayor visibilidad en Internet, mejore su reputación online y gane audiencia.

Por último, se analizan las nuevas tendencias emergentes en el campo del Community Management y se prepara a los estudiantes para enfrentarse a los desafíos y oportunidades futuras.

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.

[INSTRUCCIONES DE MATRÍCULA](#)

[Página web](#)

[Guía didáctica](#)

[Más Información](#)

2. Contenidos

MÓDULO 1: COMMUNITY MANAGEMENT Y SOCIAL MEDIA

1. Introducción al Community Management y Social Media

- Definición de Community Management y Social Media
- Historia y evolución de las Redes Sociales
- Caracterización de las Redes Sociales de mayor relevancia
- Importancia del Community Manager para las marcas y organizaciones: Funciones y Responsabilidades
- Tendencias actuales en Social Media

2. Fundamentos de Marketing Digital en Redes Sociales

- Principios básicos de Marketing Digital
- Nuevo modelo de Atención al Cliente
- Identidad y Reputación Digital de una empresa u organización
- El embudo de conversión y el Customer Journey
- Identificación y Segmentación de Audiencias
- Construcción y mantenimiento de una comunidad en línea
- Establecimiento de objetivos y KPIs en Social Media

3. Planificación Estratégica en Social Media

- Análisis de la audiencia y segmentación
- Establecimiento de objetivos SMART
- Creación de un Plan de Social Media
- Desarrollo de una estrategia de contenido
- Cómo hacer frente a una crisis online
- Herramientas de trabajo en el día a día de las Comunidades Virtuales

WordPress para un Community Manager: Desarrollo de Webs y Blogs

4. Plataformas de Redes Sociales (Parte 1)

- El valor del marketing en las Redes Sociales: el mejor enfoque
- Análisis detallado de las principales plataformas
- Creación de Redes Sociales en plataformas clave para una empresa: Facebook, YouTube, Instagram, LinkedIn, X, TikTok, WhatsApp, Pinterest;
- Cómo atraer público y sacar partido de cada Red Social
- Mejores prácticas recomendadas para cada plataforma

5. Plataformas de Redes Sociales (Parte 2)

- Creación y optimización de campañas en Redes Sociales
- Gestión de perfiles y páginas empresariales
- Integración de múltiples plataformas en una estrategia coherente de social media
- Pasos claves para la creación de campañas en Facebook, YouTube, Instagram, LinkedIn, X, TikTok, WhatsApp, Pinterest;
- Estrategias específicas para cada plataforma
- Análisis de las campañas desarrolladas en Redes Sociales: Extracción de información sobre la audiencia en cada plataforma

MÓDULO 2: CREACION Y PROMOCIÓN DE CONTENIDOS. ESTRATEGIAS DE ENGAGEMENT

6. Creación y Gestión de Contenidos. Ética y Legalidad en Social Media

- Desarrollo de contenido creativo y relevante: estrategias de storytelling en Redes Sociales
- Plan de contenidos: calendarios editoriales y programación de publicaciones
- Curación de contenidos y conceptos básicos a la hora de comunicar
- Protección de la privacidad y seguridad de los usuarios
- Marco Legislativo: propiedad intelectual y protección de datos
- Responsabilidad y transparencia en la comunicación corporativa en línea

7. Técnicas de Promoción: Posicionamiento Natural (SEO), Local (SEO Local), Patrocinado (SEM), Social (SMO y SMM) y otras técnicas de posicionamiento

- Fundamentos y objetivos del SEO
- Búsqueda y optimización de Palabras Clave o Keywords
- Medición y optimización de rendimiento del SEO: fuentes de tráfico
- Cómo trabajar y sacar partido del SEO Local
- Fundamentos y objetivos del SEM
- Creación de una campaña de búsqueda de pago con Google Ads
- Gestión y métrica de una campaña de búsqueda de pago

8. Publicidad y promoción en Redes Sociales

- Publicidad mediante Redes Sociales: Social Advertising
- Objetivos publicitarios y tipos de anuncios
- Cómo crear anuncios que funcionen en cada plataforma
- Creación de campañas de pago con Facebook Ads, Twitter Ads, YouTube Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads y otras plataformas

9. Monitorización y Gestión de la Reputación Online. Analítica y Medición de Resultados

- Monitorización de la reputación de una marca
- Herramientas de Monitorización y escucha social
- Construcción y mantenimiento de la reputación online
- Métricas clave de Redes Sociales
- Herramientas de análisis y reporting
- Interpretación de métricas y toma de decisiones: Optimización de estrategias basadas en datos

10. Rentabilidad, Éxito y Retorno de la Inversión Estrategias Avanzadas y Tendencias Futuras

- Éxito y Retorno de la Inversión: cálculo de la inversión y los beneficios
- Informes de rendimiento y ROI en Social Media
- Estrategias avanzadas de Social Media Marketing
- Tendencias emergentes en Social Media
- Preparación para cambios y evoluciones futuras del Community Management

TRABAJO O PROYECTO FIN DE CURSO

3. Metodología y actividades

El curso sigue la metodología propia de la UNED, que combina los valores de la enseñanza a distancia tradicional con las nuevas Tecnologías de la Comunicación, permitiendo aprender cómoda y fácilmente desde el domicilio, lugar de trabajo, o cualquier otro lugar.

El proceso de aprendizaje se desarrolla a través de los materiales especialmente diseñados para el estudio del curso y del Campus Virtual de la UNED (agenda de trabajo, plan de actividades, tablón de anuncios, material audiovisual.), manteniendo en todo momento contacto permanente (vía Web, e-mail, foros de debate, atención telefónica 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.

Los conceptos se trabajan desde el punto de vista teórico y fundamentalmente práctico. No existen actividades presenciales obligatorias. La evaluación de los estudiantes se realizará basándose en la realización de las Tareas y Pruebas de Evaluación Continua (estudio continuado a lo largo del curso), los Trabajos Prácticos por Unidad Didáctica y el Trabajo Final de Curso.

4. Material didáctico para el seguimiento del curso

4.1 Material obligatorio

4.1.1 Material en Plataforma Virtual

- Material en Formato Electrónico especialmente desarrollado por el equipo docente para cubrir el Programa del curso en el Campus Virtual de la UNED (Plataforma ALF).
- 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 (materiales específicos, Pruebas de Autoevaluación, Pruebas de Evaluación Continua, Guías para la realización de las Tareas y Trabajos Prácticos, orientaciones

para el estudio, etc.) estará disponible en la Plataforma 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, el Campus Virtual también se utilizará para recibir las consultas, las Tareas, las Pruebas de Evaluación Continua y los Trabajos Prácticos 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, tablet o smartphone, así como acceso a Internet. La cuenta de correo electrónico se la proporcionará la Universidad.

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

Curso de Community Manager. Descubre cómo gestionar las redes sociales de forma profesional

Autores Florido, Miguel Ángel; Máñez, Rubén

Editorial Anaya

Edición 2023

Precio aproximado 24,95€

ISBN 9788441546363

Social media. Herramientas y estrategias empresariales

Autores Dotras, Alberto

Editorial Ra-ma

Edición 2016

Precio aproximado 24€

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

Autores Mejía Llano, Juan Carlos

Editorial Anaya

Edición 2015

Precio aproximado 24€

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 17€

ISBN 9788473568319

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

4.2.2 Otros Materiales

MARKETING EN REDES SOCIALES

SICILIA, MARÍA; PALAZÓN, MARIOLA; LÓPEZ, INÉS; LOPÉZ, MANUELA

AÑO DE EDICIÓN: 2021

Nº PÁGINAS: 264

ISBN: 978-8418415319

EDITORIAL: ESIC

VERSIÓN KINDLE: 13 €

PRECIO APROXIMADO: 20 €

EL GRAN LIBRO DE LOS NEGOCIOS ONLINE: TODO LO QUE NECESITAS SABER Y HACER PARA IDEAR, DESARROLLAR Y COMERCIALIZAR TU NEGOCIO ONLINE

BAIXAS CALAFELL, MIQUEL

AÑO DE EDICIÓN: 2020

Nº PÁGINAS: 288

ISBN: 978-8423431274

EDITORIAL: PLANETA

PRECIO APROXIMADO: 22,75 €

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

PRECIO APROXIMADO: 23,65 €

VISIBILIDAD ONLINE: INMORTALIZA TU MARCA (SOCIAL MEDIA)

AYALA, DAVID

AÑO DE EDICIÓN: 2020

Nº PÁGINAS: 296

ISBN: 978-8441542402

VERSIÓN KINDLE: 5,45 €

PRECIO APROXIMADO: 20 €

5. Atención al estudiante

La atención al estudiante se realizará a través de la Plataforma Virtual ALF, diseñada por la UNED para la enseñanza de sus estudios reglados. El alumno accede al Campus Virtual de la Universidad a través de Internet y a partir de ahí puede participar en una Tutoría Telemática.

Las consultas a través del correo electrónico se pueden dirigir tanto a los profesores, como a la directora del curso. 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 los profesores (913 987 746), preferiblemente en horario de mañana, de 9 a 14 h o 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.

Por otro lado, la Uned proporciona un Soporte Informático a los estudiantes para resolver cualquier duda o consulta relacionada con el servicio de Campus Virtual de la Universidad. El servicio se presta en horario de lunes a viernes de 9:00 a 20:00h (excepto festivos nacionales) en el teléfono 913 988 801, o bien a través de la dirección de correo electrónico buzonestudiantes@csi.uned.es.

El equipo docente del curso puede proponer la realización de actividades presenciales totalmente voluntarias como charlas o videoconferencias de expertos en la materia del curso con formato de seminario y foro de discusión abierto. También se habilitará la asistencia online a las mismas.

Correo electrónico del curso:

profesor-cm@ieec.uned.es

clarapm@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, se llevará a cabo un proceso

de evaluación continua, atendiendo y ponderando en cada caso el trabajo del alumno según la siguiente distribución:

- Tareas, Pruebas de Evaluación Continua y Trabajos Prácticos: representan aproximadamente un 70% de la nota final.
- Trabajo Fin de Curso (se fijará de forma individualizada entre el estudiante y uno de los profesores del curso): representa aproximadamente un 30% de la nota final.
- Las consultas y participación en la Tutoría Telemática también podrán ser tenidas en cuenta para mejorar la nota final.

7. Duración y dedicación

Para sacar adelante el curso, se recomienda una dedicación semanal media del estudiante comprendida entre las 15 y 20 horas de estudio, con algún esfuerzo adicional en la época de realización de las Pruebas de Evaluación Continua, los Trabajos Prácticos y el 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

MAQUEDA LLUVA, SERGIO

Colaborador - Externo

SEDANO FLORES, CARLOS ENRIQUE

9. Precio del curso

Precio de matrícula: 860,00 €.

Precio del material: 390,00 €.

10. Descuentos

10.1 Ayudas al estudio y descuentos

Se puede encontrar información general sobre ayudas al estudio y descuentos en [este enlace](#).

Debe hacer la solicitud de matrícula marcando la opción correspondiente, y posteriormente enviar la documentación al correo: descuentos@fundacion.uned.es.

10.2 Incentivos

Son Ayudas que se concederán a propuesta voluntaria de los directores de los cursos, que son los que más conocen a su alumnado, y se detraerán del crédito disponible para el curso.

Su concesión no anula el porcentaje de los ingresos de matrícula que se destina a ayudas al estudio en esta actividad.

En todo caso, el porcentaje que se va a incentivar será exclusivamente el que corresponda al precio de matrícula (en ningún caso al precio del material necesario para el seguimiento del curso).

Los incentivos a la matrícula aprobados para este curso académico son los siguientes:

- Antiguos alumnos de la UNED vinculados con el Programa o Área de Conocimiento: Ciencias, Ingeniería y Arquitectura. Derecho, Economía y Gestión Empresarial. Psicología y humanidades.

Descuento aplicado: 10%.

11. Matriculación

Del 5 de septiembre de 2024 al 15 de enero de 2025.

Información de matrícula:

Fundación UNED

C/ Guzmán el Bueno, 133 - Edificio Germania, 1ª planta

28003 - Madrid

Teléfonos: +34 913867275 / 1592

Correo electrónico: predondo@fundacion.uned.es

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

12. Responsable administrativo

Negociado de Títulos Propios.