

Desarrollo
profesional y personal

Curso académico 2013-2014

Plataforma docente

Community Manager: Tecnología y Práctica Aplicadas a la Social Media

del 1 de diciembre de 2013 al 1 de junio de 2014

DIPLOMA DE EXPERTO PROFESIONAL

20 créditos

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

Departamento

Ingeniería Eléctrica, Electrónica y de Control

E.t.s. de Ingenieros Industriales

Convocatoria actual

Existe una convocatoria de este curso en el último curso académico publicitado.

Periodo de matriculación:

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

Periodo de docencia:

Del 4 de diciembre de 2024 al 16 de junio de 2025.

Puede acceder a ella a través de este [enlace](#).

PROGRAMA DE DESARROLLO PROFESIONAL Y PERSONAL

El Programa de Desarrollo Profesional y Personal y el Programa de Enseñanza Abierta 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.

Acreditación:

Diploma de Capacitación Profesional: tendrán un mínimo de 15 ECTS.

Certificado de Enseñanza Abierta con menos de 15 ECTS.

Requisitos de acceso: no hay requisitos mínimos de acceso, salvo los específicos de cada curso establecidos por su director.

Destinatarios

El curso va dirigido a todas aquellas personas que desean formarse como Community Managers y orientar su carrera profesional hacia el sector de los Social Media. 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. 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.

Para lograr un mejor aprovechamiento del curso se recomienda poseer unos conocimientos mínimos de informática. La titulación inicial exigida es una titulación universitaria de grado medio o superior (diplomaturas, arquitectura técnica, ingenierías técnicas, licenciados, arquitectos, ingenieros superiores, grados). Por 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. De hecho, los conocimientos teórico-prácticos aportados constituyen un valor añadido, tanto para directivos como para profesionales, a la hora de enfrentarse a nuevos retos y diseñar procesos de expansión que permitan la captación de nuevos clientes, pilar fundamental en el desarrollo no sólo de las grandes empresas, sino también de las pymes.

1. Presentación y objetivos

El curso ofrece la formación necesaria para convertirse en un buen Community Manager que sea capaz de crear, gestionar y dinamizar adecuadamente una comunidad de usuarios en Internet. Para ello se analizan diversos canales de comunicación on-line, así como las funciones y habilidades necesarias a la hora de desarrollar un proyecto Social Media. En este sentido, se estudian a fondo las herramientas de trabajo necesarias para desempeñar el papel de Community Manager, tanto a la hora de diseñar y desarrollar acciones, como a la de medir el impacto que dichas acciones tienen dentro de una determinada estrategia empresarial. También se hará especial hincapié en las buenas y malas prácticas en el desempeño profesional.

2. Contenidos

MÓDULO 1: COMUNIDADES VIRTUALES

1. Comunidades Virtuales: Descripción y Claves de su éxito.
2. Un nuevo modelo de Atención al Cliente: Gestión de Comunidades Virtuales.
3. Elementos del Marketing Digital: Visión del mercado y herramientas de trabajo en el día a día de las Comunidades Virtuales.

MÓDULO 2: PLATAFORMAS DE CONTENIDO

4. Diseño de un Plan de Marketing Digital personalizado: la Estrategia y la Plataforma de soporte.
5. Producción de los contenidos: Contenidos aportados por el Community Manager y contenidos aportados por los usuarios. Marco legislativo.
6. Evaluación de Resultados: Herramientas de análisis de resultados. Posicionamiento natural y social en la web. Rentabilidad, éxito y retorno de la inversión.

TRABAJO O PROYECTO FIN DE CURSO

Impartido de forma conjunta entre el Departamento de Ingeniería Eléctrica, Electrónica y de Control de la UNED y la Escuela Superior en Comunicación, Imagen y Sonido (CEV).

3. Metodología y actividades

El curso sigue la metodología propia de la UNED, que combina la enseñanza a distancia con las nuevas tecnologías de la comunicación, permite aprender cómoda y fácilmente desde el domicilio o lugar de trabajo, a través de los materiales especialmente diseñados para el estudio y del campus virtual (agenda de trabajo, biblioteca, material audiovisual, etc.), manteniendo contacto permanente (vía Web, e-mail, teléfono y VoIP) 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.

No existen actividades presenciales obligatorias. La evaluación se realizará basándose en las pruebas de autoevaluación (estudio continuado a lo largo del curso) y el trabajo final, existiendo una serie de actividades complementarias y voluntarias como son la emisión de programas de radio, las conferencias por videoconferencia y las visitas a empresas relacionadas con el sector. Se recomienda una dedicación mínima al curso de 10 horas/semanales.

4. Material didáctico para el seguimiento del curso

4.1 Material obligatorio

4.1.1 Material en Plataforma Virtual

- Material en formato electrónico (PDF en color) que cubre el programa del curso (en CD-ROM y en el servidor).

- Material en formato electrónico (imágenes, fotografías, audio, vídeo, en formato multimedia).

El resto del material didáctico que el alumno necesite durante el curso (material específico, pruebas de evaluación a distancia, etc.) estará disponible en el servidor del curso para que, a modo de una librería virtual, él mismo pueda ir cogiéndolo directamente a través de su ordenador según lo vaya necesitando a lo largo del curso. De la misma manera, este servidor también se utilizará para recibir las consultas y las pruebas de evaluación a distancia realizadas por los alumnos así como las respuestas por parte de los profesores (distribución electrónica de material). El alumno deberá tener acceso a un ordenador personal, así como a Internet y cuenta de correo electrónico.

4.1.2 Material enviado por el equipo docente (apuntes, pruebas de evaluación, memorias externas, DVDs,)

- *Community Manager. Conviértete en experto en Social Media.*

O. Rodríguez Fernández

Gurús Press. Ed. Anaya 2011.

- *El Community Manager en la Web 2.0.*

A. Haj-Saleh Ramírez.

IC Editorial, 2011.

- *Quiero ser Community Manager: 10 profesionales y 5 compañías analizan una nueva realidad.*

C. Martínez Priego y otros.

ESIC Business Marketing School, 2012.

El material didáctico (los libros que constituyen la bibliografía general básica y los programas específicos y documentación en soporte magnético) lo recibirá el alumno en su casa, una vez formalizada la matrícula, en una cartera diseñada para este curso.

Este material será abonado por el alumno junto a la matrícula del curso.

4.2 Material optativo, de consulta y bibliografía

4.2.1 Material editado y de venta al público

Community manager : conviértete en experto en \\\"Social Media\\\"

Autores Rodríguez Fernández, Óscar

Editorial Anaya Multimedia

Edición 2011

Precio aproximado 19.13€

ISBN 9788441529366

Quiero ser community manager. 10 profesionales y 5 compañías analizan una nueva realidad

Autores Martínez-Priego, Chema

Editorial Esic Editorial

Edición 2012

Precio aproximado 17.31€

ISBN 9788473568319

El community manager en la web 2.0.(D)

Autores Haj-Saleh Ramírez, Alberto

Editorial Innovación y Cualificación

Edición 2011

Precio aproximado 12.30€

ISBN 9788483645956

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

5. Atención al estudiante

La atención al alumno se realizará, tal y como se ha explicado, a través del servidor del curso instalado en el DIEEC y al que el alumno puede acceder por Internet: es lo que se denomina tutoría telemática. Estas consultas a través del correo electrónico se pueden dirigir tanto al profesor del curso, como al administrador del sistema o al coordinador del curso según la naturaleza de la consulta. Además, para casos en los que no sea posible la comunicación a través del correo electrónico, existe la posibilidad de contactar telefónicamente con el profesor (913-987-746) o con el coordinador (913-987-780), preferiblemente los miércoles de 10 a 14 h. Estos números cuentan con buzón de voz todo el día, lo que permite atender cualquier tema urgente que le surja al alumno.

Se programará la emisión de un programa radiofónico específico para este curso, siguiendo la línea de uso de medios de comunicación existente en la UNED. La fecha y hora de las emisiones se comunicará en su momento, con la debida antelación. Consulte la Guía de Medios Audiovisuales de la UNED para una información más detallada. Igualmente está prevista la celebración de sesiones presenciales con formato de seminario y foro de discusión abierta, así como la visita a alguna empresa del sector. Estas actividades presenciales son totalmente voluntarias.

Correo electrónico: profesor-cm@ieec.uned.es

6. Criterios de evaluación y calificación

Teniendo en cuenta la metodología propuesta para el curso y el número de alumnos por profesor, la evaluación será continua atendiendo y ponderando en cada caso el trabajo del alumno según la siguiente distribución:

- Consultas y participación en la Tutoría Telemática: un 10% aproximadamente de la nota final.
- Pruebas de Evaluación a Distancia (existen dos a lo largo del curso): un 60% aproximadamente de la nota final.
- Trabajo Fin de Curso (se fijará de forma individualizada entre el alumno y uno de los profesores del curso): un 30% aproximadamente de la nota final.

7. Duración y dedicación

El curso empieza el 1 de Diciembre y finaliza el 1 de Junio. La dedicación media semanal del estudiante deben ser un mínimo de 10 horas, con algún esfuerzo adicional en la época de las Pruebas de Evaluación a Distancia (evaluación) y del Trabajo Final.

8. Equipo docente

Director/a

Director - UNED

PEREZ MOLINA, CLARA MARIA

Colaboradores UNED

Colaborador - UNED

LÓPEZ-REY GARCÍA-ROJAS, ÁFRICA

Colaborador - UNED

MARTIN GUTIERREZ, SERGIO

Colaborador - UNED

SIMON COMIN, PASCUAL

Colaboradores externos

Colaborador - Externo

CALVO ENJUTO, JAVIER

Colaborador - Externo

LOSADA DE DIOS, PABLO

9. Precio del curso

Precio de matrícula: 1.100,00 €.

Precio del material: 300,00 €.

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.

11. Matriculación

Del 13 de septiembre al 8 de diciembre de 2013.

Francisco de Rojas, 2-2º Dcha

28010 Madrid

Teléfono: +34 913867275 / 1592

Fax: +34 913867279

La matriculación viene determinada por la Fundación General de la UNED encargada de las actividades de gestión y administración del curso.

12. Responsable administrativo

Negociado de Títulos Propios.