



COMMUNITY MANAGER

Guía Didáctica

Índice

Primeros pasos para acceder a tu curso	2
Ficha Técnica	3
Financiación de la Formación Programada ...	3
Requerimientos	4
Destinatarios	5
Objetivos	5
Estructura del curso	6
Canales oficiales de comunicación	8
Otros canales de comunicación	9
Contenidos	10



Primeros pasos para acceder a tu curso

iHola!

Soy Pedro Collado, tutor del curso. A continuación expondremos en pocas líneas los conceptos necesarios para acceder al curso, en la modalidad de teleformación, por primera vez:

- Inicialmente es necesario que entréis en vuestro navegador (Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Internet Explorer, etc.)
- A continuación, deberéis poner en vuestra barra de navegación: **el.nubemania.com** y pulsar la tecla de "intro" o "retorno de carro".
- Aparecerá la plataforma de enseñanza que os pedirá vuestro username (nombre de usuario) y password (contraseña). **En el nombre de usuario es necesario que introduzcáis vuestro NIF o NIE sin letras, en la contraseña: EL2553**
- En el centro de la pantalla podréis ver los cursos a los que tenéis acceso (Junto a la acción formativa en la que estáis matriculados habrá otra denominada "Introducción a la plataforma" que os servirá para tener un primer acercamiento a este sistema de enseñanza.
- En la parte derecha de la pantalla aparecerán varios menús, el principal (NAVEGACIÓN) os permitirá ir en cualquier momento y desde cualquier sitio a cada uno de vuestros cursos seleccionando el submenú "Mis cursos"

Para cualquier aclaración os podéis dirigir a mi, como vuestro tutor.

Recordad que **debéis acceder a la plataforma lo antes posible para iniciar el curso.**

No dudéis en llamarnos para cualquier aclaración que necesitéis. Esperamos que todo transcurra con normalidad y que el curso sea del máximo provecho para todos vosotros.



Ficha Técnica

Tutor: Pedro Collado

Email: pcollado@eliforma.com

Tlfno.: 953 222 666

En el siguiente enlace está disponible el Curriculum Vitae del monitor:
<http://www.el.nubemania.com/pc/>

Acción Formativa: 01051 - Community Manager.

Grupo: 1

Modalidad: Teleformación

Horas de Tutoría: 56

Fecha de Inicio: 21/07/2016

Fecha de Finalización ..: 31/07/2016

Días: De lunes a domingo

Horario: De 07:00 a 12:00 (*)

Financiación de la Formación Programada

Mediante bonificaciones en las cotizaciones empresariales a la Seguridad Social, que no tendrán carácter subvencional. Desde el primer día del ejercicio presupuestario, las empresas dispondrán de un crédito de formación, que podrán hacer efectivo mediante las bonificaciones en las cotizaciones empresariales por formación a la Seguridad Social.

(*) El primer día, la tutoría terminará a las 13:00



Requerimientos

- **Ordenador compatible PC o MAC**
- **Alguno de los Sistemas Operativos siguientes actualizado:**
 - Microsoft Windows
 - Mac OS X
 - Linux
- **Adobe Acrobat Reader**
- **Conexión a internet**
- **Alguno de los siguientes navegadores:**
 - Google Chrome
 - Mozilla Firefox
 - Opera
 - Safari
 - Internet Explorer



Destinatarios

- La acción formativa está dirigida a trabajadores por cuenta ajena de empresas privadas de cualquier tamaño y sector.

Objetivos

- Conocer en qué consiste la actividad de un Community Manager y cuáles son las principales funciones a desarrollar.
- Entender la importancia de la identidad virtual en la empresa y desarrollar su propia marca en la red, dentro del Plan Social Media.
- Adquirir los conocimientos necesarios para responsabilizarse de campañas de comunicación corporativas en los medios sociales.
- Conocer las características diferenciales de las redes sociales más populares y utilizarlas para su uso profesional como Community Manager.
- Identificar las principales herramientas virtuales para monitorizar la reputación on line de la empresa.
- Concienciarse sobre la importancia de medir el retorno de la inversión en medios sociales.



Estructura del curso

Cada unidad didáctica o tema tiene una estructura similar:

- **Información**
 - Número de intentos permitidos: Sin límite
 - Número de intentos realizados hasta el momento por el usuario o alumno
 - Calificación del último intento efectuado por el alumno
 - Método de calificación: Se informará de la mayor calificación obtenida en cualquiera de los intentos realizados por el alumno
 - Calificación informada: La mejor calificación obtenida en cualquiera de los intentos
- **Presentación**
 - Breve descripción de la unidad didáctica
- **Objetivos de la unidad**
 - Exposición de las pretensiones perseguidas con la unidad didáctica de que se trate
- **Contenidos**
 - Contenidos teóricos necesarios para comprender en su totalidad la unidad didáctica en cuestión
- **Actividades de la unidad**
 - Ejercicios con distintos formatos y metodologías orientados a sedimentar los conocimientos adquiridos en la unidad didáctica, así como dotar al alumno de las habilidades necesarias para resolver problemas relativos a los contenidos teóricos de dicha unidad didáctica
- **Propuestas de actividades complementarias**
 - En caso de necesidad, se indicará al alumno la forma de descargar localmente el material necesario para realizar actividades complementarias que servirán para profundizar o ampliar los temas relacionados en cada unidad didáctica.



- **Explicación enfatizada de términos**
 - En ocasiones, a lo largo de la unidad didáctica encontramos una serie de términos explicados de forma especial, debido a su importancia, aprovechando las capacidades multimedia del sistema de enseñanza que nos ocupa.
- **Descarga local de contenidos**
 - Cada vez que se finaliza una unidad didáctica, el sistema nos pregunta si deseamos descargar los contenidos teóricos localmente en nuestro ordenador en formato pdf. Si asentimos, a partir de este momento, el fichero lo tendremos disponible de forma indefinida, aún después de la finalización de la acción formativa y se podrá visualizar en su integridad mediante un programada adecuado, como es el adobe acrobat reader o similar, con las teclas características en los visualizadores de texto, a saber: cursores, avance y retroceso de página, etc.
- **Prueba objetiva**
 - Al finalizar el curso hay una prueba objetiva autoevaluable. En ella también se mostrará toda la información indicada en el apartado anterior (Nº de intentos, calificación y su método, etc.)

Es aconsejable seguir el orden secuencial de los temas debido a que en ocasiones, para comprender adecuadamente parte de la información tratada en una unidad didáctica determinada es conveniente y a veces necesario, haber adquirido previamente los conocimientos expuestos en unidades didácticas o temas anteriores.

Los alumnos que superen el curso según los criterios establecidos por la Administración Pública Competente en cada momento recibirán un certificado de participación.



Canales oficiales de comunicación

La plataforma permite la comunicación multidireccional entre alumnos y tutor, alumnos y otros alumnos, de forma privada o pública mediante las siguientes herramientas comunicativas:

- **Correo electrónico**

Comunicación privada bidireccional asíncrona (el emisor y el receptor no se comunican en tiempo real) entre cualquiera de los sujetos (tutor, alumno). Semejante al resto de los sistemas de correo electrónico que todos conocemos.

- **Mensajería instantánea**

Ideal para enviar mensajes cortos a una o varias personas del grupo semejante al resto de los sistemas de correo electrónico que todos conocemos.

- **Chat**

Sala de comunicación pública multidireccional en tiempo real para el grupo en la que todos pueden ver las participaciones de los elementos del grupo. Es similar al conocido Whatsapp

- **Foro**

Permite una actividad en donde los profesores-tutores y alumnos intercambian ideas al publicar comentarios. Las publicaciones en los foros pueden ser calificadas por el tutor o por otros alumnos.



Otros canales de comunicación

Para contactar con el tutor es necesario hacerlo mediante los canales que ofrece la plataforma informática, descritos con anterioridad (tales como el sistema de mensajería propia del sistema, los chats o los foros de debate). No obstante, si le es imposible hacerlo por alguna razón puede comunicar con nosotros llamando por teléfono al 953 222 666 en el horario y fechas de tutoría del curso, o a través del correo electrónico: pcollado@eliforma.com.

Durante las fechas y horarios de tutoría del curso, el profesor tutor estará disponible mediante los canales de comunicación previstos. Es importante la interacción mediante dichos canales, tanto con el tutor como con el resto de los compañeros del grupo, ya que esta actividad suscita temas que de otra forma no serían considerados y al mismo tiempo nos permite a todos conocer otros puntos de vista y opiniones.



Contenidos

1. LAS REDES SOCIALES. EL COMMUNITY MANAGER

- 1.1. Introducción
- 1.2. Qué es un Community Manager o Social Media Manager
- 1.3. Acciones realizadas en los medios sociales
- 1.4. Tipos de redes en función de lo que el usuario puede realizar en ellas
- 1.5. Herramientas utilizadas en las redes sociales
- 1.6. Conectarse a una red social
- 1.7. La privacidad
- 1.8. Recomendaciones De La Agencia Española De Protección De Datos

2. MONITORIZAR, ANALIZAR Y MEDIR LAS REDES SOCIALES: HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS

- 2.1. Introducción
- 2.2. Acciones no convencionales
- 2.3. Acciones convencionales

3. LAS REDES SOCIALES EN EL PLAN DE MARKETING

- 3.1. Introducción
- 3.2. Qué objetivos se pretenden
- 3.3. Diferentes opciones de presencia en los medios sociales
- 3.4. Elaboración del Plan de Marketing en Redes Sociales
- 3.5. Recomendaciones
- 3.6. Empresas especializadas

4. LAS REDES SOCIALES Y LA COMUNICACIÓN: SU ANÁLISIS COMO MEDIO Y COMO SOPORTE PUBLICITARIO

- 4.1. Introducción
- 4.2. Los usuarios de los medios sociales
- 4.3. Actitud ante la publicidad
- 4.4. Las Redes Sociales como medio de comunicación empresarial
- 4.5. Errores de la comunicación empresarial en redes sociales
- 4.6. Casos de éxito y fracaso de Relaciones Públicas en Redes Sociales
- 4.7. Las redes como soporte publicitario

5. CONSTRUIR RELACIONES: EL NUEVO MARKETING RELACIONAL

- 5.1. Internet y el marketing de relaciones
- 5.2. Marketing relacional
- 5.3. Marketing one to one



5.4. Plan de marketing relacional

5.5. Características del marketing relacional

5.6. Principios del Marketing relacional

5.7. Marketing relacional y redes sociales

6. CREATIVIDAD Y REDES SOCIALES

6.1. La creatividad

6.2. Apuesta por las redes sociales

6.3. Campañas de marketing creativas

6.4. Casos de éxito en España

7. LOS BLOGS

7.1. Introducción

7.2. Principales características de los blogs

7.3. Elementos de un blog

7.4. Ejemplos de blogs

7.5. Crear tu propio blog

7.6. El blog como herramienta de branding personal

8. DESCRIPCIÓN DE LAS PRINCIPALES REDES SOCIALES

8.1. Panorama actual de las redes sociales

8.2. Myspace

8.3. YouTube

8.4. Facebook

8.5. Twitter

8.6. Habbo

8.7. LinkedIn

8.8. Xing

8.9. Google+

8.10. Pinterest

8.11. Vimeo

8.12. Instagram

8.13. Flickr

8.14. Foursquare

9. MOBILE SOCIAL MEDIA: LOS SMARTPHONES

9.1. Los smartphones

9.2. El potencial del móvil para las redes sociales

9.3. Ejemplo de aplicaciones móviles para conectarse a redes sociales

9.4. Del Social Media al Social Media Móvil