

EXPERTO EN COMMUNITY MANAGEMENT

Programa Analítico

Duración: 6 meses (120 horas)

Código del curso: ECM

OBJETIVO DEL CURSO

Formar profesionales capaces de gestionar comunidades digitales, crear estrategias de contenido, analizar métricas de rendimiento y manejar la reputación online de marcas y organizaciones en las principales plataformas de redes sociales.

MÓDULO 1: GESTIÓN DE REDES SOCIALES Y ESTRATEGIA DE CONTENIDO

1. Introducción a las Redes Sociales

- Evolución histórica de las redes sociales
- El rol del Community Manager en la estrategia digital
- Ecosistema de redes sociales: alcance global y nichos específicos
- Tendencias actuales y emergentes en social media

2. Plataformas de Redes Sociales

- Facebook: páginas, grupos, Marketplace y Meta Business Suite
- Instagram: feed, stories, reels y estrategias de crecimiento
- Twitter/X: comunicación en tiempo real y gestión de trending topics
- LinkedIn: networking profesional y contenido B2B
- TikTok: contenido viral y estrategias para nuevas audiencias
- Otras plataformas: YouTube, Pinterest, Threads

3. Herramientas de Gestión y Planificación

- Plataformas de gestión: Hootsuite, Buffer, Later, Metricool

- Herramientas de diseño: Canva, Adobe Express
- Planificación y calendarización de contenidos
- Automatización de publicaciones

4. Creación y Curación de Contenido Digital

- Tipos de contenido: texto, imagen, video, infografías
- Storytelling y narrativa de marca
- Curación de contenido: fuentes y herramientas
- Adaptación de contenido para cada plataforma
- Uso de inteligencia artificial para creación de contenido

5. Estrategias de Engagement y Fidelización

- Construcción de comunidad: técnicas de interacción
- Gestión de comentarios y mensajes directos
- Programas de embajadores de marca
- User Generated Content (UGC)
- Gamificación y dinámicas participativas

6. Calendarización de Publicaciones

- Creación de calendario editorial
- Frecuencia óptima de publicación por plataforma
- Mejores horarios para publicar
- Planificación de campañas estacionales

7. Taller Práctico de Campañas

- Diseño de una campaña integral en redes sociales
- Creación de contenido multimedia
- Implementación y seguimiento
- Análisis de resultados del taller

MÓDULO 2: ANÁLISIS DE MÉTRICAS, PUBLICIDAD Y GESTIÓN DE CRISIS

1. Análisis de Métricas en Redes Sociales

- KPIs fundamentales: alcance, impresiones, engagement rate
- Métricas de conversión y ROI social
- Interpretación de estadísticas nativas de cada plataforma
- Benchmarking y análisis competitivo

2. Herramientas de Monitorización y Analítica Digital

- Google Analytics 4 para tráfico social
- Herramientas de social listening: Brandwatch, Mention
- Análisis de sentimiento y percepción de marca
- Creación de dashboards e informes ejecutivos

3. Diseño y Ejecución de Campañas Publicitarias

- Facebook/Meta Ads: estructura de campañas, segmentación
- Instagram Ads: formatos y mejores prácticas
- LinkedIn Ads para audiencias B2B
- TikTok Ads y publicidad en plataformas emergentes
- Remarketing y audiencias personalizadas
- Optimización de presupuesto y pujas

4. Gestión de Crisis y Reputación Online

- Identificación temprana de crisis en redes
- Protocolos de respuesta ante crisis
- Comunicación de crisis: qué hacer y qué evitar
- Recuperación de reputación post-crisis
- Casos de estudio: crisis exitosas y fallidas

5. Estrategias de Comunicación y RRPP Digital

- Relaciones con influencers y creadores de contenido
- Comunicación corporativa en redes sociales
- Gestión de prensa digital
- Eventos virtuales y livestreaming

6. Casos Prácticos

- Análisis de estrategias de Community Management exitosas
- Auditoría de presencia en redes sociales
- Simulación de escenarios de crisis
- Presentación y defensa de estrategias

7. Proyecto Final de Community Management

- Desarrollo de plan integral de Community Management
- Estrategia de contenidos para 3 meses
- Plan de pauta publicitaria
- Protocolo de gestión de crisis
- Presentación ante tribunal evaluador

METODOLOGÍA

El curso se desarrolla 100% online a través del Campus Virtual de Aprender21. Los alumnos acceden a materiales de estudio, videos explicativos, casos prácticos y foros de discusión. Cada módulo incluye actividades prácticas evaluables y un proyecto integrador final.

CERTIFICACIÓN

Al aprobar el curso, el alumno obtiene el título de "Experto en Community Management" con certificación digital verificable y badge de competencias.