

COMM0019. Gestión de las redes sociales en la empresa.

Objetivos

- Comprender la estructura y funcionamiento del ecosistema digital, identificando los actores clave y las relaciones que se establecen entre ellos.
- Analizar las tipologías de redes sociales y los algoritmos que determinan la visibilidad del contenido.
- Aplicar estrategias de creación y gestión de contenido accesible, inclusivo y legalmente responsable en redes sociales.
- Desarrollar habilidades técnicas y blandas necesarias para desempeñar el rol de community manager de forma profesional y colaborativa.
- Analizar los componentes que conforman un plan de marketing digital y su aplicación práctica en distintos contextos empresariales.
- Diseñar estrategias digitales alineadas con los objetivos corporativos y adaptadas a las diferentes fases del embudo de conversión.
- Elaborar una matriz que relacione objetivos, canales, formatos y recursos, garantizando la coherencia entre acciones y resultados esperados.
- Evaluar la eficacia de las acciones digitales mediante la interpretación de indicadores clave de rendimiento y la propuesta de mejoras continuas.
- Analizar las herramientas TIC disponibles para la creación de contenidos digitales simples y complejos, valorando su aplicación según los objetivos comunicativos.
- Aplicar principios de diseño visual, jerarquía, equilibrio y ritmo en la elaboración de imágenes, animaciones y vídeos adaptados a distintos formatos.
- Desarrollar competencias en la gestión de herramientas de producción y publicación de contenidos, integrando la planificación, colaboración y análisis de resultados.

- Implementar estrategias de copywriting y comunicación visual persuasiva que favorezcan la coherencia entre imagen, mensaje y objetivos de marca.
- Comprender las proporciones y configuraciones visuales recomendadas para cada red social con el fin de aplicar formatos adecuados en la creación de contenidos.
- Desarrollar la capacidad de adaptar creatividades y recursos audiovisuales a distintas orientaciones y plataformas manteniendo coherencia visual y legibilidad.
- Aplicar técnicas básicas de grabación, edición y postproducción audiovisual utilizando herramientas digitales accesibles y buenas
- Implementar sistemas organizativos y metodologías de automatización que optimicen el flujo de trabajo en la gestión de contenidos digitales.
- Identificar y seleccionar herramientas TIC adecuadas para la gestión, monitorización, analítica y programación en la práctica del community manager.
- Analizar y aplicar metodologías para la programación de publicaciones y la calendarización de contenidos en función de los objetivos organizacionales y las campañas.
- Detectar tendencias, hashtags y palabras clave relevantes utilizando técnicas y recursos avanzados de búsqueda en diferentes plataformas.
- Implementar estrategias de optimización básica del SEO y monitorización de KPIs, configurando paneles de control y alertas para el análisis continuo del rendimiento digital.

Contenidos

COMM0019. Gestión de las redes sociales en la empresa	Tiempo estimado
MÓDULO 1: Redes sociales y sus principios	
Unidad 1: Gestión profesional de redes sociales y comunidades digitales. 1. El ecosistema digital y nuestro papel en él. 1.1. Actores clave: plataformas, marcas, creadores y usuarios. 1.2. Customer journey digital y puntos de contacto en redes. 2. Análisis de tipos de redes. 2.1. Tipología de redes. 2.2. Funcionamiento básico de los algoritmos y su impacto en la visibilidad. 3. Enumeración de tipos de contenido. 3.1. Selección del formato según objetivo comunicativo y etapa del journey. 3.2. Accesibilidad e inclusión en contenidos (texto alternativo, subtítulos o contraste). 3.3. Consideraciones legales básicas: derechos de autor, uso de música e imagen. 4. Relación de tipos de community manager. 4.1. Diferencias de rol (community manager, social media manager y content manager). 5. Habilidades necesarias para ser community manager. 6. Resumen de tareas diarias del community manager.	
Cuestionario de autoevaluación UA 01	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 01	45 minutos
Tiempo total de la unidad	11 horas
MÓDULO 2: Desarrollo del plan de marketing y estrategia digital	
Unidad 1: Planificación y estrategia del marketing digital.	

- Creación del plan de marketing básico. - Definición de objetivos SMART y resultados esperados. - Investigación de mercado: DAFO y benchmarking competitivo. - Definición de buyer persona y mapa de empatía. - Propuesta de valor y mensajes clave. - Análisis de los beneficios del marketing en Internet. Ventajas de la presencia digital para empresas: notoriedad, segmentación y fidelización. - Modelos POEM (propio, ganado y pagado) y su aportación. Clasificación de canales digitales y su papel en la estrategia global. - Ventajas y riesgos según sector y tamaño de empresa. Adaptación de estrategias a PYMES y grandes empresas³⁰ - Selección de la estrategia electrónica. - Estrategia digital alineada con el funnel y la matriz objetivos-canales-formatos-recursos. - Identificación del plan de marketing electrónico. - Arquitectura del plan. - Enumeración de las etapas en el desarrollo del plan de marketing electrónico.	
Cuestionario de autoevaluación UA 01	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 01	45 minutos
Tiempo total de la unidad	10 horas
MÓDULO 3: Conocimiento de herramientas TIC	
Unidad 1: Gestión estratégica de herramientas y analítica para community management. - Identificación de las herramientas del community más comunes. - Clasificación y criterios de selección. - Programación de publicaciones. - Buenas prácticas de calendarización. - Flujos de trabajo y aprobación. - Búsqueda de trending topics y hashtags, entre otros. - Fuentes y herramientas: búsquedas avanzadas por plataforma, Google Trends, TikTok Creative Center y alertas temáticas. - Identificación de keywords. - Metodología: intención de búsqueda, long-tail y mapeo a contenidos y landings.	

5. Optimización básica del SEO (posicionamiento en buscadores). 6. Monitorización y análisis de KPI (indicador clave de rendimiento). 6.1. Configuración de paneles y alertas: dashboards por objetivo y avisos ante picos/anomalías.	
Cuestionario de autoevaluación UA 01	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 01	45 minutos
Tiempo total de la unidad	10 horas
Unidad 2: Producción y gestión de contenidos audiovisuales para redes sociales. 1. Configuración de lienzos y proporciones por red (1:1, 4:5, 9:16). 2. Adaptación vertical, horizontal y cuadrado de creatividades. 3. Grabación con smartphone: encuadre, iluminación y audio. 4. Edición de vídeo: ritmo, cortes y niveles de audio. 5. Motion graphics básicos y lower thirds. 6. Integración de datos en infografías y carruseles. 7. Sistema de nomenclatura de archivos y control de versiones. 8. Organización y almacenamiento (DAM) y copias de seguridad. 9. Localización y traducción de contenidos (multiidioma). 10. Checklist de calidad antes de publicar (ortografía, legibilidad, contraste y peso del archivo). 11. Automatización y aceleradores: plantillas, macros y funciones de IA para ideación y variantes.	
Cuestionario de autoevaluación UA 02	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 02	45 minutos
Tiempo total de la unidad	9 horas
MÓDULO 4: Herramientas del community	

Unidad 1: Gestión estratégica de herramientas y analítica para community management.	
1. Identificación de las herramientas del community más comunes. 1.1. Clasificación y criterios de selección. 2. Programación de publicaciones. 2.1. Buenas prácticas de calendarización. 2.2. Flujos de trabajo y aprobación. 3. Búsqueda de trending topics y hashtags, entre otros. 3.1. Fuentes y herramientas: búsquedas avanzadas por plataforma, Google Trends, TikTok Creative Center y alertas temáticas. 4. Identificación de keywords. 4.1. Metodología: intención de búsqueda, long-tail y mapeo a contenidos y landings. 5. Optimización básica del SEO (posicionamiento en buscadores). 6. Monitorización y análisis de KPI (indicador clave de rendimiento). 6.1. Configuración de paneles y alertas: dashboards por objetivo y avisos ante picos/anomalías.	
Cuestionario de autoevaluación UA 01	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 01	45 minutos
Tiempo total de la unidad	9 horas
Examen final	1 hora
4 módulos / 5 unidades	50 horas