

GESTIÓN DE LAS REDES SOCIALES EN LA EMPRESA (COMM0019)

Aprende a gestionar de forma profesional la presencia de una empresa en **redes sociales** y descubre cómo convertir estos canales en una herramienta de comunicación y marketing. Con el curso **COMM0019 – Gestión de las redes sociales en la empresa** (50 horas) conocerás el ecosistema digital, los principales tipos de redes sociales y contenidos, y las funciones, habilidades y tareas habituales del **Community Manager**.

Aprenderás a desarrollar un **plan de marketing y una estrategia digital**, definiendo objetivos, analizando el público y seleccionando los canales y acciones más adecuados para la empresa. También conocerás diferentes **herramientas TIC para la gestión de redes sociales** y recursos que facilitan la planificación, creación, publicación y gestión de contenidos digitales.

Además, desarrollarás competencias para gestionar **comunidades online**, comunicarte con los usuarios y organizar la presencia de una marca en redes sociales. Una formación práctica para comprender el **Social Media Marketing** y aplicar estrategias y herramientas de Community Management en el entorno empresarial.

Si este curso no estuviera subvencionado te costaría: 250 €

Categorías: Online
Etiquetas: Gestión Empresarial

CONTENIDOS

1- REDES SOCIALES Y SUS PRINCIPIOS

- Introducción al ecosistema digital y el rol de las empresas en él.
- Tipología de redes sociales (análisis, finalidades y públicos objetivos).
- Formatos de contenido: identificación y enumeración de los principales tipos de contenidos en redes.
- El perfil del Community Manager: tipologías según el entorno de la empresa, habilidades clave y competencias necesarias.
- Rutina profesional: desglose de las tareas diarias del gestor de comunidades virtuales.

2- DESARROLLO DEL PLAN DE MARKETING Y ESTRATEGIA DIGITAL

- Planificación estratégica: diseño de planes de marketing digital alineados con los objetivos de negocio corporativos.
- Definición de audiencias: segmentación de mercados y audiencias en entornos sociales.
- Gobernanza de marca: definición del tono, estilo y manual de contingencia/crisis en canales digitales.
- Monitoreo y KPIs: fijación, evaluación e interpretación de indicadores clave de rendimiento (KPI) para la mejora continua.

3- CONOCIMIENTO DE HERRAMIENTAS TIC

- Creación de contenidos digitales simples: diseño y optimización de imágenes corporativas.
- Contenido multimedia: producción de animaciones sencillas y edición de vídeos básicos adaptados a plataformas dinámicas.
- Formatos emergentes: identificación y uso práctico de formatos verticales (Reels, Stories, etc.).

- Producción compleja: diseño avanzado apoyado en herramientas TIC de edición masiva.

4- HERRAMIENTAS DEL COMMUNITY MANAGER

- Plataformas de gestión: uso de herramientas para la planificación, automatización y publicación programada de contenidos.
- Colaboración digital: entornos virtuales de trabajo y flujos de revisión de contenidos en equipo.
- Analítica y reporte: extracción y organización de datos analíticos para la toma de decisiones estratégicas.

METODOLOGÍA

La formación se realiza 100 % online a través de nuestro campus virtual, en modalidad asíncrona, lo que permite al alumnado organizar sus tiempos de estudio dentro de los plazos establecidos.

Sesiones de tutoría

El alumnado dispone de un/a tutor/a online al que puede consultar dudas a través de la mensajería interna de la plataforma, correo electrónico y/o foros de consulta, recibiendo respuesta y acompañamiento durante todo el curso.

Sistema de evaluación

La evaluación es continua y se realiza íntegramente online mediante cuestionarios, actividades prácticas y pruebas de evaluación al finalizar los temas o unidades. No se realizan exámenes presenciales.

Requisitos técnicos

Es necesario disponer de ordenador, tablet (o incluso teléfono móvil), con navegador actualizado, conexión a internet estable y, recomendable, auriculares o altavoces para el seguimiento de los contenidos.

Material didáctico y recursos

Todo el material didáctico está disponible en la plataforma online (temarios, recursos descargables, actividades, vídeos, enlaces de interés, etc.), accesible en cualquier momento dentro del periodo de impartición.

SALIDAS PROFESIONALES

-Community Manager
-Social Media Manager
-Creador de Contenidos Digitales
-Analista de Redes Sociales
-Asistente de Marketing Digital
-Especialista en Marketing para Pymes
-Emprendedor / Gestor de Marca Propia