



ISEIE
ISEIE INNOVATION SCHOOL

BROCHURE

CURSO DE COMMUNITY MANAGER



www.iseie.com

03

CURSO DE COMMUNITY MANAGER

04

POR QUÉ REALIZAR EL CURSO

05

OBJETIVOS

06

PARA QUÉ TE PREPARA EL CURSO

07

DISEÑO Y CONTENIDO

08

REQUISITOS DE POSTULACIÓN

09

TITULACIÓN PROPIA

10

TRABAJO DE FIN DEL CURSO

11

CONTENIDO DEL CURSO

14

UBICACIÓN Y CONTACTO



CURSO DE COMMUNITY MANAGER

En el mundo digital actual, las redes sociales no solo son un espacio de interacción, sino una herramienta clave para conectar marcas con sus audiencias. Las empresas necesitan profesionales capacitados para gestionar, construir y fortalecer comunidades digitales que representen fielmente sus valores y objetivos. Nuestro curso ha sido diseñado para prepararte con las habilidades técnicas y estratégicas necesarias para destacar en este apasionante campo.



POR QUÉ REALIZAR EL CURSO



El realizar un curso eleva el conocimiento y nivel académico de la persona, convirtiéndola en un elemento fundamental dentro de un esquema de trabajo; su trascendencia radica en el desarrollo de competencias adicionales que adquiere, su proceso formativo se vuelve más sólido y por ende se convierte en un candidato más atractivo para cubrir un puesto preponderante.



Te brinda la oportunidad de adquirir conocimientos actualizados y estar al tanto de las últimas tendencias y avances en tu área de interés. Realizar un curso en un área que te apasiona puede brindarte una gran satisfacción personal. Te permite profundizar en un tema que te interesa y te da la oportunidad de contribuir de manera significativa en ese campo.



OBJETIVOS



Los estudios de postgrado consisten no solo en adquirir conocimientos por parte del participante.



Sino que estos queden supeditados al desarrollo de una serie de competencias en función de los perfiles académicos y los correspondientes perfiles profesionales.



Nuestra función es centrar los objetivos de este programa y los diferentes módulos que lo conforman no solamente en la simple acumulación de conocimientos.



Conocimientos sino también en las hard skills y soft skills que permitan a los profesionales desempeñar su labor de forma exitosa en este mundo laboral en constante evolución.

PARA QUÉ TE PREPARA EL CURSO

A

Nuestro curso de Community manager está diseñado para convertirte en un experto en la gestión de comunidades digitales y redes sociales.

B

Representar Marcas en el Entorno Digital: Actuar como la voz oficial de una marca, conectando con su audiencia de manera auténtica y profesional.

C

Comunicar los valores y objetivos de una empresa a través de contenido atractivo y estratégico. Crear y gestionar campañas en redes sociales, adaptadas a las necesidades específicas de cada plataforma.

D

Usar herramientas especializadas para programar, monitorear y analizar publicaciones.

E

Optimizar el tiempo y los recursos mediante la automatización y la organización eficiente. Fortalecer la imagen de la marca mediante interacciones cuidadosas y respuestas estratégicas



DISEÑO Y CONTENIDO

01

Para el diseño del Plan de estudios de este curso, ISEIE Innovation School ha seguido las directrices del equipo docente, el cual ha sido el encargado de seleccionar la información con la que posteriormente se ha constituido el plan de estudio.



02

De esta forma, el profesional que acceda al programa encontrará el contenido más vanguardista y exhaustivo relacionado con el uso de procesos innovadores y altamente eficaces, conforme a las necesidades y problemáticas actuales.



Buscando la integración de conocimientos académicos y de formación profesional, en un ambiente competitivo y globalizado. Todo ello a través de cada uno de sus módulos de estudio presentado en un cómodo y accesible formato 100% online.



03



El empleo de la metodología Relearning en el desarrollo de este programa te permitirá fortalecer y enriquecer tus conocimientos y hacer que perduren en el tiempo a base de una reiteración de contenidos.

04

REQUISITOS DE POSTULACIÓN

Para postular a nuestro curso debes cumplir con los siguientes requisitos:



Documento de identidad



Correo electrónico

A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO

- Community Manager freelance o en una agencia de marketing.
- Especialista en redes sociales en empresas de diversos sectores.
- Asistente o coordinador de estrategias de comunicación digital.
- Consultor en gestión de comunidades online para emprendedores y PYMES.
- Emprendedores y Dueños de Negocios.
- Profesionales del Marketing y la Comunicación.
- Estudiantes y Egresados en Áreas Relacionadas.
- Profesionales de relaciones públicas y comunicación que necesiten dominar las dinámicas de las plataformas sociales.
- Graduados que buscan especializarse en el manejo de comunidades digitales.
- Estudiantes de carreras como publicidad, comunicación, diseño gráfico o marketing.



TITULACIÓN PROPIA



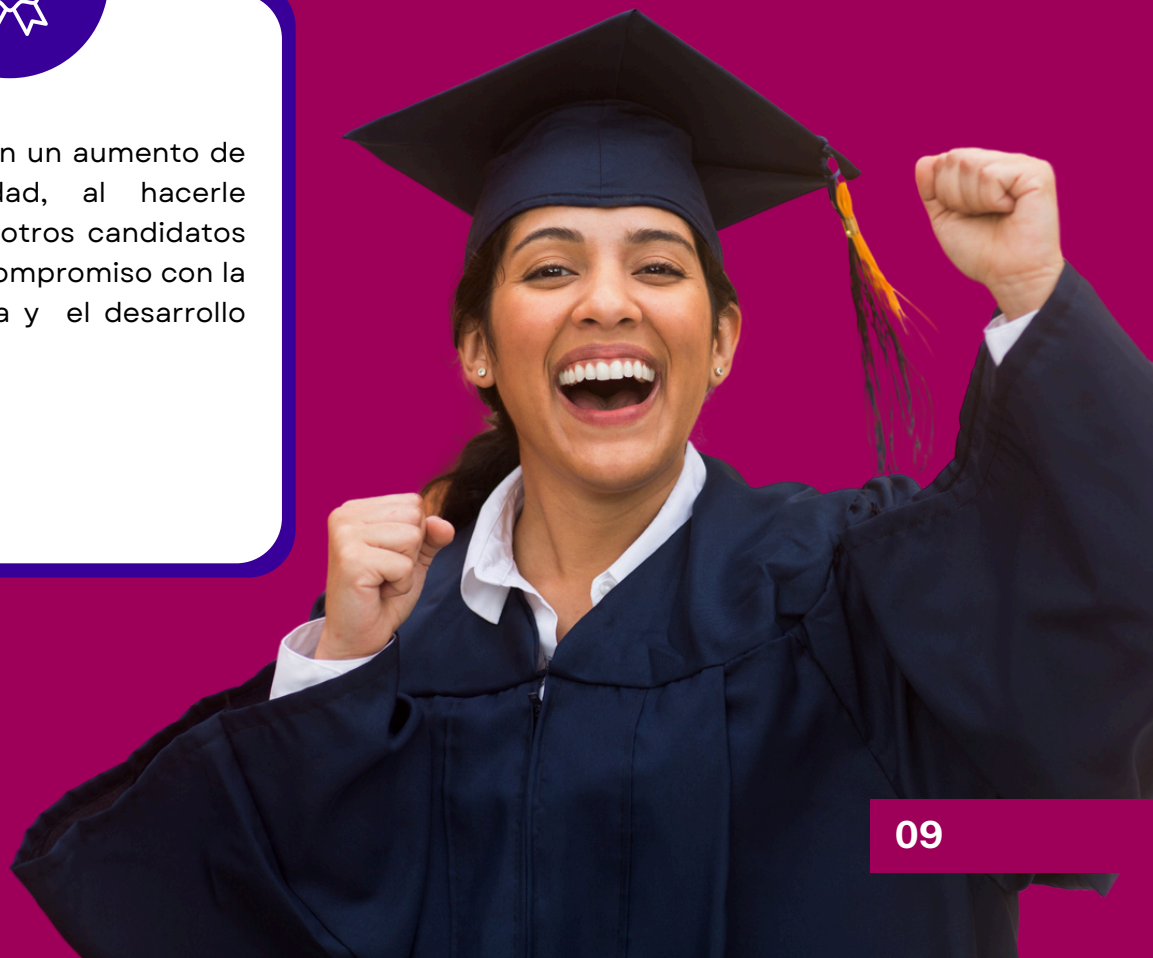
Al concluir el curso los participantes serán galardonados con una titulación propia otorgada por ISEIE Innovation School. Esta titulación se encuentra respaldada por una certificación que equivale a 4 créditos ECTS (European Credit Transfer and Accumulation System) y representa un total de 100 horas de dedicación al estudio.



Esta titulación no solo enriquecerá su imagen y credibilidad ante potenciales clientes, sino que reforzará significativamente su perfil profesional en el ámbito laboral. Al presentar esta certificación, podrá demostrar de manera concreta y verificable su nivel de conocimiento y competencia en el área temática del curso.



Esto resultará en un aumento de su empleabilidad, al hacerle destacar entre otros candidatos resaltando su compromiso con la mejora continua y el desarrollo profesional.



TRABAJO FINAL DEL CURSO

A

Una vez que haya completado satisfactoriamente todos los módulos del master, deberá llevar a cabo un trabajo final en el cual deberá aplicar y demostrar los conocimientos que ha adquirido a lo largo del programa.

B

Este trabajo final suele ser una oportunidad para poner en práctica lo que ha aprendido y mostrar su comprensión y habilidades en el tema.

C

Puede tomar la forma de un proyecto, un informe, una presentación u otra tarea específica, dependiendo del contenido del curso y sus objetivos. Recuerde seguir las instrucciones proporcionadas y consultar con su instructor o profesor si tiene alguna pregunta sobre cómo abordar el trabajo final.



CONTENIDO CURSO DE COMMUNITY MANAGER

MÓDULO 1. FUNDAMENTOS Y CUALIDADES DE UN COMMUNITY MANAGER

- 1.1 ¿Qué es un Community Manager?
 - 1.1.1 Definición del rol
- 1.2. Importancia del Community Manager en el entorno digital
- 1.3. Diferencia entre Community Manager y Social Media Manager
- 1.2 Responsabilidades del Community Manager
 - 1.2 Gestión de redes sociales: creación, programación y monitoreo de contenido
 - 1.2.1 Interacción con la comunidad: responder mensajes, moderar comentarios y fomentar la participación
 - 1.3. Monitoreo de reputación digital y manejo de crisis
- 1.4. Análisis de métricas y generación de reportes de desempeño
- 1.5 Cualidades de un Community Manager Exitoso
 - 1.5.1 Comunicación efectiva: claridad, empatía y tono adecuado
 - 1.5.2 Creatividad: capacidad para generar contenido atractivo e innovador
 - 1.5.3 Organización y planificación: manejo de calendarios editoriales y gestión del tiempo
 - 1.5.4 Empatía y escucha activa: habilidad para entender las necesidades y preocupaciones de la audiencia
 - 1.5.5 Flexibilidad y adaptabilidad: ajuste rápido a tendencias, crisis y cambios en la estrategia
- 1.4. Habilidades Técnicas Clave
 - 1.4.1. Dominio de herramientas de gestión de redes sociales
 - 1.4.2. Conocimiento de herramientas de diseño gráfico
 - 1.4.3. Habilidades básicas de redacción y storytelling
 - 1.4.4. Comprensión de métricas y analítica digital
- 1.5. Ética y Responsabilidad en el Trabajo
 - 1.5.1. Manejo de la confidencialidad de la información.
 - 1.5.2. Evitar prácticas como el spam o el uso indebido de datos
 - 1.5.3. Representación adecuada de la marca en redes sociales



- 1.6. Introducción a las Herramientas de Gestión de Redes Sociales
 - 1.6.1. Descripción y usos de herramientas clave.
 - 1.6.2. Ejemplos prácticos: programar publicaciones, responder mensajes y analizar métricas básicas

MÓDULO 2. TAREAS Y RESPONSABILIDADES DE UN COMMUNITY MANAGER

- 2.1 Principales Tareas de un Community Manager
- 2.2 Gestión de la comunidad
- 2.3 Gestión de crisis
- 2.4 Análisis y monitoreo de métricas
- 2.5 Responsabilidades Estratégicas del Community Manager
- 2.6 Responsabilidades Operativas del Community Manager
- 2.7 Herramientas Clave para Cumplir con las Tareas
- 2.8 Ética y Responsabilidad Social del Community Manager

MÓDULO 3. EL COMMUNITY MANAGER FRENTE A LA COMPAÑÍA/MARCA

3.1 El Community Manager como Embajador de la Marca

3.1.1 ¿Qué significa ser embajador de marca?

3.1.2 Representar los valores, misión y visión de la compañía

3.1.3 Cómo transmitir la identidad de la marca en la interacción con el público

3.1.4 Responsabilidades como la "cara" de la empresa en el entorno digital

3.1.5 Manejar consultas, comentarios y quejas de manera profesional

3.1.6 Adaptar el tono y estilo según la personalidad de la marca

3.1.7 Importancia de la coherencia

3.2 Comunicación Estratégica con la Empresa

3.3 Construcción de la Identidad Digital de la Marca

3.4 Manejo de Crisis y Reputación Corporativa

3.5 Creación de Valor desde la Perspectiva del Community Manager

3.6 Colaboración con Líderes de la Compañía

3.6.1 Trabajar con los líderes para definir metas claras

3.6.2 Establecer KPIs específicos para el impacto en redes sociales

3.6.3 Rol del Community Manager en la transformación digital

3.6.4 Aportar ideas para innovar en la comunicación digital

3.6.5 Representación en eventos corporativos y digitales

3.6.6 Cómo cubrir eventos de la empresa en tiempo real

MÓDULO 4. SOFT SKILLS NECESARIAS EN COMMUNITY MANAGER

4.1 Introducción a las Soft Skills en el Community Management

4.1.1 ¿Qué son las soft skills?

4.1.2 Definición y su diferencia con las hard skills

4.1.3 Importancia en la gestión de comunidades digitales

4.1.4 Rol de las soft skills en la interacción con la comunidad

4.1.5 Cómo impactan en la percepción de la marca



4.1.6 Las soft skills como ventaja competitiva

4.1.7 Ejemplos de casos donde las soft skills marcaron la diferencia en redes sociales

4.2 Habilidades de Comunicación Efectiva

4.2.1 Empatía

4.2.2 Escucha activa para comprender las necesidades del público

4.2.3 Cómo demostrar empatía en respuestas escritas

4.2.4 Claridad y coherencia

4.2.5 Adaptación del mensaje al tono y estilo de la marca

4.2.6 Manejo del lenguaje inclusivo y respetuoso

4.3 Inteligencia Emocional

4.3.1 Autocontrol y manejo del estrés



Nota: El contenido del programa académico puede estar sometido a ligeras modificaciones, en función de las actualizaciones o de las mejoras efectuadas.

- 4.3.2 Estrategias para gestionar la presión en situaciones de alta demanda
- 4.3.3 Técnicas para mantener la calma durante una crisis digital
- 4.3.4 Autoconciencia
- 4.3.5 Reconocer cómo las emociones personales pueden influir en las interacciones
- 4.3.6 Relaciones interpersonales
- 4.3.7 Fomentar relaciones positivas con la comunidad y los equipos internos
- 4.4 Creatividad e Innovación
- 4.5 Habilidades de Resolución de Conflictos
- 4.6 Adaptabilidad y Flexibilidad
- 4.7 Trabajo en Equipo y Colaboración

MÓDULO 5. HARD SKILLS QUE TODO COMMUNITY MANAGER NECESITA

- 5.1 Introducción a las Hard Skills en el Community Management
 - 5.1.1 ¿Qué son las hard skills?
 - 5.1.2 Definición y su importancia en el trabajo del Community Manager
 - 5.1.3 Diferencias entre hard skills y soft skills.
 - 5.1.4 Las hard skills como base para la estrategia digital
 - 5.1.5 Cómo las competencias técnicas complementan las habilidades interpersonales
 - 5.1.6 Principales áreas de conocimiento técnico para un Community Manager
- 5.2 Gestión de Redes Sociales
 - 5.2.1 Conocimiento profundo de las plataformas principales
 - 5.2.2 Funcionalidades y formatos específicos de Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn, TikTok, Pinterest, entre otras.
 - 5.2.3 Adaptación del contenido a las particularidades de cada red social
 - 5.2.4 Programación y automatización de publicaciones
 - 5.2.5 Gestión de comunidades
- 5.3 Analítica y Métricas
- 5.4 SEO y Estrategias de Posicionamiento
- 5.6 Manejo de Herramientas Digitales
- 5.7 Publicidad en Redes Sociales
- 5.8 Seguridad Digital



MÓDULO 6. HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCTIVIDAD DEL COMMUNITY MANAGER

- 6.1 Introducción a las Herramientas de Productividad
 - 6.1.1 Importancia de las herramientas digitales en la gestión diaria
 - 6.1.2 Cómo optimizan el tiempo y mejoran la eficiencia
 - 6.1.3 Tipos de herramientas esenciales
- 6.2 Herramientas para la Gestión de Redes Sociales
- 6.3 Herramientas de Diseño y Edición de Contenido
- 6.4 Herramientas para la Analítica y Medición
- 6.5 Herramientas para la Organización y Planificación
- 6.6 Herramientas para la Automatización de Tareas
- 6.7 Herramientas para Monitoreo y Escucha Activa
- 6.8 Evaluación de Herramientas y Selección Estratégica

MÓDULO 7. TRABAJO FINAL CURSO (TFC)



ISEIE
ISEIE INNOVATION SCHOOL

CONTÁCTANOS

 +34 960 25 47 46

 Av. Aragón 30, 5. 46021 Valencia.

 www.iseie.com