



GUÍA DIDÁCTICA

COMM006PO
**GESTIÓN DE
COMUNIDADES
VIRTUALES**



COMM006PO

GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES

DATOS GENERALES DE LA ACCIÓN FORMATIVA

FAMILIA PROFESIONAL

Comercio y Marketing

ÁREA PROFESIONAL

Marketing y Comunicación Digital

CÓDIGO

COMM006PO

DURACIÓN

100 horas

OBJETIVO GENERAL

Adquirir los conocimientos y habilidades necesarios para gestionar profesionalmente comunidades y marcas en entornos digitales, utilizando de forma estratégica las redes sociales y las herramientas del marketing digital, respetando la normativa legal, optimizando el posicionamiento y la captación de leads, y midiendo resultados para mejorar el posicionamiento de marca, la fidelización y el incremento de ventas.

Índice de contenidos

01

PERFIL DEL COMMUNITY MANAGER

1.1 Qué es un community manager. El día a día de un cm

1.1.1 Gestión de las comunidades virtuales

1.1.2 Errores que deben evitar los community manager

1.2 El departamento de social media: perfiles, objetivos, recursos

1.2.1 Objetivos

1.2.2 La importancia de los datos

1.2.3 Los límites de la ley al tratamiento de datos personales

1.2.4 Recursos para la gestión de redes sociales

1.3 Marca personal

1.3.1 Pasos para construir una marca personal

1.3.2 Pasos para gestionar una marca personal

1.3.3 Cuidar la huella digital

1.4 Testimonios community managers

1.4.1 Marcas personales inspiradoras

Índice de contenidos

02

MARKETING & COMUNICACIÓN 2.0

2.1 La web 2.0 y prosumidores 2.0. Qué son los social media y comunicación 2.0

2.1.1 Web 3.0: descentralización e IA

2.1.2 Diferencias entre social media, comunidades virtuales y redes sociales

2.1.3 Tipos de medios sociales

2.1.4 Características de los medios sociales

2.2 La marca 2.0 y la reputación online

2.2.1 Reputación digital en redes sociales

2.3 La blogosfera

2.3.1 Características de un blog

2.4 Long tail, ecommerce 2.0 y ecrm

2.4.1 Palabras claves y long tail

2.4.2 ECRM

2.5 Cloud computing

2.6 Crowdsourcing y crowdfunding

Índice de contenidos

2.7 Innovación en comunicación y marketing: mundos aumentados, mundos virtuales, mundos espejo, mundo lifelogging, inteligencia artificial y marketing

2.7.1 El metaverso

2.7.2 Mundos espejos

2.7.3 Lifelogging

2.7.4 Inteligencia artificial y marketing

2.8 Inteligencia económica y open data

2.8.1 Escucha social para obtener datos

2.8.2 Otras vías para recopilar datos

2.9 Marketing en buscadores

2.10 Marketing viral

2.11 Mobile marketing

2.11.1 Estrategias y tipos de marketing móvil

2.11.2 Conexión desde las redes sociales

Índice de contenidos

03

USO PROFESIONAL DE LAS REDES SOCIALES

3.1 Plataformas

3.1.1 Facebook

3.1.2 X (twitter)

3.1.3 LinkedIn

3.1.4 Youtube

3.1.5 Tuenti

3.1.6 Tiktok

3.1.7 Pinterest

3.1.8 Google+

3.1.9 Instagram

3.1.10 Cv digital eficaz

3.1.11 Geoposicionamiento, enfoque práctico

3.1.12 RSS/podcasting

3.1.13 Plataformas de juegos sociales

3.1.14 Blogs: wordpress. Demand media

3.2 El ecosistema de las apps y el entorno multidispositivo

3.3 Métricas y roi en redes sociales

3.3.1 Herramientas para medir los resultados de las campañas en medios sociales

3.4 Herramientas para controlar los social media y smo

3.4.1 SMO

3.4.2 SMM

Índice de contenidos

3.5 El plan de comunicación

3.6 Creación de contenidos para tu comunidad

3.6.1 IA y personalización de contenido en redes sociales

3.7 Gestionar contenidos en un evento 2.0

3.8 Aspectos jurídicos de las nuevas tecnologías ilustrados con casos prácticos

3.8.1 Reglamento general de protección de datos (rgpd)

3.8.2 Ley orgánica de protección de datos personales

3.8.3 Medidas de protección de los datos personales. Errores más comunes

3.9 Fidelización en redes sociales e internet

Índice de contenidos

04

PLAN DE MARKETING DIGITAL

4.1 Propuestas aplicadas a un plan de marketing digital

4.1.1 ¿Qué es un plan de marketing digital en medios sociales?

4.1.2 SMO

4.1.3 SMM

4.2 Resultados de un plan de marketing digital

4.2.1 Obtención de resultados mediante google analytics

4.2.2 Cómo funciona google analytics

4.2.3 Instalación y configuraciones básicas

4.2.4 Informes de google analytics

