



PROGRAMA FORMATIVO

Social Media, Redes Sociales y Community Management.

Marzo 2022

IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

Denominación de la especialidad:	SOCIAL MEDIA, REDES SOCIALES Y COMMUNITY MANAGEMENT
Familia Profesional:	INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES
Área profesional:	SISEMAS Y TELEMÁTICA
Código:	IFCT118
Nivel de cualificación profesional:	3

Objetivo general

Conocer nuevas herramientas colaborativas y de difusión social para su incorporación en la empresa

Relación de módulos de formación

Módulo 1	Social Media, Redes Sociales y Community Management	45 horas
-----------------	---	----------

Modalidades de impartición

Teleformación

Duración de la formación:

Duración total	45 horas
Teleformación	Duración total de las tutorías presenciales 0 horas

Requisitos de acceso del alumnado

Acreditaciones / titulaciones	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: - Título de Bachiller o equivalente.
Experiencia profesional	En caso de no disponer de las titulaciones requeridas, deberá aportar experiencia profesional en el área de formación (Social Media, Redes Sociales y Community Management) que le dote de los conocimientos base necesarios para entender y seguir adecuadamente la formación.
Modalidad de teleformación	Además de lo indicado anteriormente, los participantes han de tener las destrezas suficientes para ser usuarios de la plataforma virtual en la que se apoya la acción formativa.

Prescripciones de formadores y tutores

Acreditación requerida	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: - Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes (Área: Ingeniería y Arquitectura)
-------------------------------	---

	- Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes (Área: Ingeniería y Arquitectura)
Experiencia profesional mínima requerida	Se requiere experiencia de al menos 2 años (Social Media, Redes Sociales y Community Management)
Competencia docente	Será necesario tener experiencia metodológica o experiencia docente.
Otros	Esta acción formativa será diseñada y desarrollada por un/a formador/a experto/a en la materia con experiencia laboral en la materia de mínimo 2 años y formación pedagógica.
Modalidad de teleformación	Además de cumplir con las prescripciones establecidas anteriormente, los tutores-formadores deben acreditar una formación, de al menos 30 horas, o experiencia, de al menos 60 horas, en esta modalidad y en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación.

Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos

Aula virtual

Si se utiliza el aula virtual han de cumplirse las siguientes indicaciones:

<ul style="list-style-type: none"> • Características
<ul style="list-style-type: none"> - La impartición de la formación mediante aula virtual se ha de estructurar y organizar de forma que se garantice en todo momento que exista conectividad sincronizada entre las personas formadoras y el alumnado participante así como bidireccionalidad en las comunicaciones. - Se deberá contar con un registro de conexiones generado por la aplicación del aula virtual en que se identifique, para cada acción formativa desarrollada a través de este medio, las personas participantes en el aula, así como sus fechas y tiempos de conexión.
<ul style="list-style-type: none"> • Otras especificaciones
<p>Para la impartición de la formación mediante aula virtual se deberá contar con el equipamiento necesario que garantice la conectividad sincronizada entre el formador y los participantes a través de las herramientas disponibles en el mercado para la realización de reuniones on line:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El formador deberá disponer de ordenador con conexión a internet, cámara, altavoces o auriculares y micrófono - Los participantes dispondrán de ordenador con conexión a internet, altavoces o auriculares y micrófono (Incluir en este apartado lo que proceda)

Para impartir la formación en **modalidad de teleformación**, se ha de disponer del siguiente equipamiento:

Plataforma de teleformación:

La plataforma de teleformación que se utilice para impartir acciones formativas deberá alojar el material virtual de aprendizaje correspondiente, poseer capacidad suficiente para desarrollar el proceso de aprendizaje y gestionar y garantizar la formación del alumnado, permitiendo la interactividad y el trabajo cooperativo, y reunir los siguientes requisitos técnicos de infraestructura, software y servicios:

Infraestructura

- Tener un rendimiento, entendido como número de alumnos que soporte la plataforma, velocidad de respuesta del servidor a los usuarios, y tiempo de carga de las páginas Web o de descarga de archivos, que permita:

- a) Soportar un número de alumnos equivalente al número total de participantes en las acciones formativas de formación profesional para el empleo que esté impartiendo el centro o entidad de formación, garantizando un hospedaje mínimo igual al total del alumnado de dichas acciones, considerando que el número máximo de alumnos por tutor es de 80 y un número de usuarios concurrentes del 40% de ese alumnado.
 - b) Disponer de la capacidad de transferencia necesaria para que no se produzca efecto retardo en la comunicación audiovisual en tiempo real, debiendo tener el servidor en el que se aloja la plataforma un ancho de banda mínimo de 300 Mbs, suficiente en bajada y subida.
- Estar en funcionamiento 24 horas al día, los 7 días de la semana.

Software

- Compatibilidad con el estándar SCORM y paquetes de contenidos IMS.
- Niveles de accesibilidad e interactividad de los contenidos disponibles mediante tecnologías web que como mínimo cumplan las prioridades 1 y 2 de la Norma UNE 139803:2012 o posteriores actualizaciones, según lo estipulado en el capítulo III del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre.
- El servidor de la plataforma de teleformación ha de cumplir con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, por lo que el responsable de dicha plataforma ha de identificar la localización física del servidor y el cumplimiento de lo establecido sobre transferencias internacionales de datos en los artículos 40 a 43 de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, así como, en lo que resulte de aplicación, en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas respecto del tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE.
- Compatibilidad tecnológica y posibilidades de integración con cualquier sistema operativo, base de datos, navegador de Internet de los más usuales o servidor web, debiendo ser posible utilizar las funciones de la plataforma con complementos (plug-in) y visualizadores compatibles. Si se requiriese la instalación adicional de algún soporte para funcionalidades avanzadas, la plataforma debe facilitar el acceso al mismo sin coste.
- Disponibilidad del servicio web de seguimiento (operativo y en funcionamiento) de las acciones formativas impartidas, conforme al modelo de datos y protocolo de transmisión establecidos en el anexo V de la Orden/TMS/369/2019, de 28 de marzo.

Servicios y soporte

- Sustentar el material virtual de aprendizaje de la especialidad formativa que a través de ella se imparta.
- Disponibilidad de un servicio de atención a usuarios que de soporte técnico y mantenga la infraestructura tecnológica y que, de forma estructurada y centralizada, atienda y resuelva las consultas e incidencias técnicas del alumnado. Las formas de establecer contacto con este servicio, que serán mediante teléfono y mensajería electrónica, tienen que estar disponibles para el alumnado desde el inicio hasta la finalización de la acción formativa manteniendo un horario de funcionamiento de mañana y de tarde y un tiempo de demora en la respuesta no superior a 48 horas laborables.
- Personalización con la imagen institucional de la administración laboral correspondiente, con las pautas de imagen corporativa que se establezcan.

Con el objeto de gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar acciones formativas a través de Internet, la plataforma de teleformación integrará las herramientas y recursos necesarios a tal fin, disponiendo, específicamente, de herramientas de:

- Comunicación, que permitan que cada alumno pueda interactuar a través del navegador con el tutor-formador, el sistema y con los demás alumnos. Esta comunicación electrónica ha de llevarse a cabo mediante herramientas de comunicación síncronas (aula virtual, chat, pizarra electrónica) y asíncronas (correo

electrónico, foro, calendario, tablón de anuncios, avisos). Será obligatorio que cada acción formativa en modalidad de teleformación disponga, como mínimo, de un servicio de mensajería, un foro y un chat.

- Colaboración, que permitan tanto el trabajo cooperativo entre los miembros de un grupo, como la gestión de grupos. Mediante tales herramientas ha de ser posible realizar operaciones de alta, modificación o borrado de grupos de alumnos, así como creación de «escenarios virtuales» para el trabajo cooperativo de los miembros de un grupo (directorios o «carpetas» para el intercambio de archivos, herramientas para la publicación de los contenidos, y foros o chats privados para los miembros de cada grupo).
- Administración, que permitan la gestión de usuarios (altas, modificaciones, borrado, gestión de la lista de clase, definición, asignación y gestión de permisos, perfiles y roles, autenticación y asignación de niveles de seguridad) y la gestión de acciones formativas.
- Gestión de contenidos, que posibiliten el almacenamiento y la gestión de archivos (visualizar archivos, organizarlos en carpetas –directorios- y subcarpetas, copiar, pegar, eliminar, comprimir, descargar o cargar archivos), la publicación organizada y selectiva de los contenidos de dichos archivos, y la creación de contenidos.
- Evaluación y control del progreso del alumnado, que permitan la creación, edición y realización de pruebas de evaluación y autoevaluación y de actividades y trabajos evaluables, su autocorrección o su corrección (con retroalimentación), su calificación, la asignación de puntuaciones y la ponderación de las mismas, el registro personalizado y la publicación de calificaciones, la visualización de información estadística sobre los resultados y el progreso de cada alumno y la obtención de informes de seguimiento.

Material virtual de aprendizaje:

El material virtual de aprendizaje para el alumnado mediante el que se imparta la formación se concretará en el curso completo en formato multimedia (que mantenga una estructura y funcionalidad homogénea), debiendo ajustarse a todos los elementos de la programación (objetivos y resultados de aprendizaje) de este programa formativo que figura en el Catálogo de Especialidades Formativas y cuyo contenido cumpla estos requisitos:

- Como mínimo, ser el establecido en el citado programa formativo del Catálogo de Especialidades Formativas.
- Estar referido tanto a los objetivos como a los conocimientos/capacidades cognitivas y prácticas, y habilidades de gestión, personales y sociales, de manera que en su conjunto permitan conseguir los resultados de aprendizaje previstos.
- Organizarse a través de índices, mapas, tablas de contenido, esquemas, epígrafes o titulares de fácil discriminación y secuenciarse pedagógicamente de tal manera que permitan su comprensión y retención.
- No ser meramente informativos, promoviendo su aplicación práctica a través de actividades de aprendizaje (autoevaluables o valoradas por el tutor-formador) relevantes para la adquisición de competencias, que sirvan para verificar el progreso del aprendizaje del alumnado, hacer un seguimiento de sus dificultades de aprendizaje y prestarle el apoyo adecuado.
- No ser exclusivamente textuales, incluyendo variados recursos (necesarios y relevantes), tanto estáticos como interactivos (imágenes, gráficos, audio, video, animaciones, enlaces, simulaciones, artículos, foro, chat, etc.). de forma periódica.
- Poder ser ampliados o complementados mediante diferentes recursos adicionales a los que el alumnado pueda acceder y consultar a voluntad.
- Dar lugar a resúmenes o síntesis y a glosarios que identifiquen y definan los términos o vocablos básicos, relevantes o claves para la comprensión de los aprendizajes.
- Evaluar su adquisición durante y a la finalización de la acción formativa a través de actividades de evaluación (ejercicios, preguntas, trabajos, problemas, casos, pruebas, etc.), que permitan medir el rendimiento o desempeño del alumnado.

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

Ocupaciones relacionadas con el ámbito profesional de la informática y las comunicaciones

Requisitos oficiales de las entidades o centros de formación

- Estar inscrito en el Registro de entidades de formación (Servicios Públicos de Empleo).
- Profesores y tutores titulados en la materia.

PROGRAMA MODULAR

MÓDULO DE FORMACIÓN 1: SOCIAL MEDIA, REDES SOCIALES Y COMMUNITY MANAGEMENT

OBJETIVO

Tomar decisiones acertadas sobre la incorporación de las nuevas herramientas colaborativas y de difusión social en la empresa.

DURACIÓN: 45 horas

Teleformación Duración total de las tutorías presenciales 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Comprensión del nuevo entorno digital: el ecosistema de los Social Media.
 - Social Media: la web 2.0.
 - o Evolución de la web.
 - o La web 2.0.
 - Medios tradicionales vs. Social Media.
 - El gran potencial de los Social Media.
 - Social Media y Networking.
 - o Diferencias entre redes profesionales y redes sociales online.
 - Social Media y empresa.
- Desarrollo de nuevas estrategias de comunicación: las plataformas de comunicación en Social Media.
 - Gestores de contenido (CMS).
 - Blogs
 - Microblogs.
 - Redes sociales.
 - Redes profesionales.
 - Marcadores sociales.
 - Difusores de noticias.
 - Plataformas multimedia: imagen, música, vídeo, presentaciones.
 - Plataformas de geolocalización.
 - Plataformas de conversación en tiempo real.
 - Plataformas para crear redes sociales.
 - Formularios online.
 - Foros.
 - Wikis.
 - Comunidades virtuales.
 - Comunidades de marca.
 - Widgets.
 - Mashups.
- Gestión de la comunicación en los nuevos entornos digitales: estrategia de comunicación en Social Media.
 - Definición de la estrategia.
 - Elaboración de un plan de comunicación en Social Media.
 - Estrategia de comunicación Social Media.
 - o Estrategias de marketing.
 - o Estrategias de publicidad.
 - o Estrategias de comunicación web.

- Interpretación de una analítica aplicada a los Social Media.
 - Los indicadores del Social Media y el retorno de la inversión.
 - El ROI (Retorno de Inversión) del Social Media.
 - Medición de estadísticas.
 - Seguimiento de conversaciones.
 - Acortadores de URL.
 - Otras herramientas de medición.
 - o Google Trends.
 - o Pirendo.
 - o Follow the Hashtag.
 - o Alexa.
 - Métricas del marketing digital.
 - o Uso de las métricas.
 - o Elección de las métricas de seguimiento más adecuadas.
 - Más análisis y menos reporting.
 - La analítica web es cosa de marketers.
 - Herramientas de monitorización de SEO.

- Gestión de la identidad digital en un entorno empresarial, Community Management.
 - Principios básicos del Community Management
 - Las funciones del Community Manager. Responsabilidades y objetivos.
 - Lo que no es un Community Manager
 - Las herramientas del Community Management.
 - El Community Manager externo.
 - Aprovechar el potencial de los empleados.
 - La rentabilidad del Community Manager.
 - Los roles del Community Manager.
 - Preparar al Community Manager.
 - Los primeros pasos de un Community Manager.
 - Habilidades del Community Manager.
 - Netiqueta y generación de contenidos.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Planificación en un entorno digital.
- Reconocimiento del nuevo perfil de cliente => cliente digital.
- Organización de la identidad corporativa y de las relaciones comerciales, orientada a través de internet.
- Gestión de la comunicación en los nuevos entornos digitales.
- Desarrollo de las destrezas necesarias para desarrollo de la identidad corporativa en nuevas redes (RRSS, blogs, wikis).
- Identificación de nuevos escenarios para comunicación en el entorno digital.
- Orientación a resultados.
- Mejora continua.

ORIENTACIONES METODOLÓGICAS

- La metodología está basada en autoevaluaciones y casos prácticos.
 - A la finalización del curso, se realizará una práctica final.

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN LA ACCIÓN FORMATIVA

- La evaluación tendrá un carácter teórico-práctico y se realizará de forma sistemática y continua, durante el desarrollo de cada módulo y al final del curso.
- Puede incluir una evaluación inicial de carácter diagnóstico para detectar el nivel de partida del alumnado.
- La evaluación se llevará a cabo mediante los métodos e instrumentos más adecuados para comprobar los distintos resultados de aprendizaje, y que garanticen la fiabilidad y validez de la misma.
- Cada instrumento de evaluación se acompañará de su correspondiente sistema de corrección y puntuación en el que se explicita, de forma clara e inequívoca, los criterios de medida para evaluar los resultados alcanzados por los participantes.
- La puntuación final alcanzada se expresará en términos de Apto/ No Apto.