



Formación Permanente

PROGRAMA DE DESARROLLO
PROFESIONAL Y PERSONAL

DIPLOMA DE EXPERTO PROFESIONAL

CURSO 2018/2019

E.T.S. de Ingenieros Industriales de la UNED

VII Curso de Experto Profesional en

**COMMUNITY MANAGER: TECNOLOGÍA Y PRÁCTICA
APLICADAS A LA SOCIAL MEDIA**

PRESENTACIÓN DEL CURSO

(Documento "cmdoc0.pdf")



El material que se facilita al alumno con el temario del curso y durante el desarrollo del mismo tiene una finalidad exclusivamente didáctica, estando orientado a mostrar aspectos técnicos y generales de una materia actualmente en continua evolución. Por tanto, no debe considerarse, bajo ningún concepto, como un asesoramiento profesional o jurídico. Quien desee realizar una consulta de este tipo deberá dirigirse siempre a un profesional debidamente cualificado y especializado.

Aunque nuestro objetivo es velar por la actualización y exactitud de la información facilitada, mediante una continua adaptación y revisión de los contenidos, dada la amplitud de las materias y la rapidez con que se suceden los cambios en el proceso de formación del marco técnico y legal regulador del curso, no se garantiza que la información facilitada sea en todo momento exhaustiva, exacta o actualizada.

Las opiniones expresadas en los textos sobre diversos aspectos temáticos representan exclusivamente el punto de vista del profesor o autor que las realiza.

© UNED, 2018



Introducción

Los servicios y comunicaciones por Internet tienen cada día más presencia en nuestra sociedad, convirtiéndose en herramientas imprescindibles tanto para usuarios, que cada vez demandan más su utilización, como para empresas y organizaciones que quieran estar en la vanguardia del trato con sus clientes, ya sean reales o potenciales.

Paralelamente a la explosión que en los últimos tiempos han sufrido las Redes Sociales, así como diversos canales de comunicación online, ha surgido la necesidad dentro del mundo empresarial de contar con nuevos profesionales debidamente preparados en el campo del Community Management y las Redes Sociales. Este vertiginoso cambio de modelo al que estamos asistiendo, ha propiciado que el Community Manager se haya convertido en uno de los profesionales en alza más demandados hoy en día a nivel empresarial. Las empresas buscan profesionales que sean capaces de desempeñar el papel de responsables de una comunidad de usuarios en Internet; capaces de crear, gestionar y dinamizar adecuadamente comunidades en torno a una determinada marca, pero que, al mismo tiempo, posean un profundo conocimiento de todas las herramientas técnicas que existen en el mercado para llevar a cabo un análisis detallado de los procesos que tienen lugar cuando se pone en marcha un determinado proyecto Social Media, de modo que se le pueda sacar un aprovechamiento óptimo.

La radical transformación que ha sufrido el mundo del marketing en los últimos tiempos no puede achacarse a una moda, sino que forma parte de una auténtica revolución en torno a la forma de comunicación entre las personas. Las empresas no son ajenas a este vertiginoso cambio en el que se halla inmersa nuestra sociedad, por este motivo las nuevas estrategias empresariales destacan la importancia de mantener una buena imagen corporativa en los distintos canales de comunicación que ofrece Internet. Se puede decir que las empresas se han dado cuenta de la rentabilidad a la hora de invertir en su propia identidad digital y en el nuevo modelo de atención al cliente.

Los nuevos tiempos se imponen y aquellos profesionales capaces de estar a la altura de las nuevas circunstancias y que cuenten con los conocimientos necesarios que les permitan sacar partido del nuevo escenario, con unas tecnologías recién aparecidas, podrán situarse en posiciones privilegiadas y adquirir un valor añadido al subirse al carro de este mercado emergente. A través de este curso se recibe la formación adecuada para el desempeño de esta profesión en auge.

En el curso se analizarán diversos canales de comunicación on-line, así como las funciones y habilidades necesarias a la hora de desarrollar un proyecto Social Media. En este sentido, se estudiarán a fondo las herramientas de trabajo necesarias para desempeñar el papel de Community Manager, tanto a la hora de diseñar y desarrollar acciones, como a la de medir el impacto que dichas acciones tienen dentro de una determinada estrategia empresarial. También se hará especial hincapié en las buenas y malas prácticas en el desempeño profesional y se analizarán una serie de casos prácticos que han cosechado grandes éxitos dentro de este campo.

Dirigido a:

El curso va dirigido a todas aquellas personas que deseen formarse como *Community Managers* y orientar su carrera profesional hacia el sector de los *Social Media* adquiriendo conocimientos prácticos de máxima actualidad.

Para lograr un mejor aprovechamiento del curso se recomienda poseer unos conocimientos mínimos de informática. La titulación inicial exigida es una titulación universitaria de grado medio o superior (graduados, licenciados, ingenieros superiores, arquitectos, diplomados, ingenieros técnicos, arquitectos técnicos). Sin embargo, por tratarse de un curso de Experto Profesional, aquellas personas relacionadas con la Comunicación Audiovisual, el Marketing, el uso de las Redes Sociales o las Tecnologías de la Información en general, que estén trabajando, o bien deseen hacerlo en este sector en expansión, también **pueden realizar el curso aunque no estén en posesión de un título universitario**.

Conviene destacar que los conocimientos teórico-prácticos aportados por el curso constituyen un valor añadido, tanto para directivos como para profesionales diversos, a la hora de enfrentarse a nuevos retos y diseñar procesos de expansión que permitan la captación de nuevos clientes, pilar fundamental en el desarrollo no sólo de las grandes empresas, sino también de las pymes.

Metodología

La metodología con la que se ha diseñado el curso, y que se seguirá durante su desarrollo, es la específica de la Educación a Distancia del modelo de la UNED. Sin embargo, y teniendo en cuenta el tipo de contenido tecnológico que se presenta, en esa metodología se incluye de una forma muy importante y relevante la utilización del ordenador, de las redes públicas de comunicación y de los servicios telemáticos como medios que soporten la comunicación entre los alumnos y los profesores. Todo ello sin dejar de lado los métodos de tutorización y enseñanza a distancia tradicionales, permitiendo al alumno elegir el método o los métodos que utilizará en el contacto con los profesores del curso, siempre de forma que el aprendizaje sea lo más efectivo posible.

El método de aprendizaje que se propone le permitirá, como alumno, obtener una adecuada formación y un correcto seguimiento del curso, estando basado en:

- **Material Didáctico** Debido al dinamismo, a la rápida evolución y a la necesaria actualización de los contenidos de los temas propuestos, el material didáctico se compone de un **material específico**, desarrollado especialmente para el curso siguiendo el modelo educativo de la UNED, que deberá ser descargado del Servidor en Internet. Este material está formado por guías didácticas con orientaciones para el estudio de los diversos contenidos del programa y por documentación referente a capítulos o partes del temario escritas específicamente para el curso. También se cuenta con una **bibliografía**

general básica, formada por libros técnicos de actualidad. Igualmente, se pondrá a disposición de los estudiantes revistas y material especializado relacionado con el curso.

- **Tutorías** La orientación y atención al alumno por parte de los profesores se realizan preferentemente mediante tutoría telemática, utilizando el correo electrónico en Internet o Redes IP y, en casos en los que no sea posible esta comunicación, telefónicamente, por correo postal o fax.

La atención es personalizada, como corresponde a un servicio de formación de elevada calidad, característica común a todas las acciones formativas impartidas por la UNED. El material docente se facilita al alumno con la suficiente antelación, para que éste pueda desde el primer momento disponer de la información precisa, así como adaptar el ritmo de estudios a sus circunstancias específicas. Los textos son propios de la UNED, estando la mayoría de los materiales desarrollados de forma específica para el curso.

- **Pruebas de Evaluación a Distancia (PED)** Estas pruebas, que deberá realizar usted de forma personal utilizando el material didáctico del curso, le permiten conocer el grado de asimilación de los contenidos de cada Unidad Didáctica del programa, detectar las dudas y recibir, una vez corregidas por los profesores, las orientaciones y comentarios necesarios.

Las Pruebas de Evaluación a Distancia están compuestas por una serie de ejercicios que debe responder, utilizando un procesador de textos estándar (se recomienda Word) y en el espacio aconsejado (aproximadamente). Las deberá ir recogiendo del servidor web a lo largo del curso, siendo conveniente que respete los plazos establecidos para su realización, ya que ello le permitirá realizar un seguimiento uniforme del curso, evitando las prisas y carencia de desarrollo didáctico del posible “apretón” final.

Como preparación a las Pruebas de Evaluación a Distancia se pondrán previamente en el servidor web una serie de Ejercicios Personales en lo que se denomina Prueba de Autoevaluación (PAE), de forma que el alumno vaya comprobando su nivel de maduración y de asimilación de los contenidos del curso. Posteriormente, se pondrán igualmente en el servidor web las soluciones a estas pruebas de autoevaluación, para que el alumno verifique sus respuestas.

- **Trabajo o Proyecto de Fin de Curso** Este trabajo es el más importante del curso, y en él deberá desarrollar un tema o realizar un trabajo práctico utilizando los conocimientos adquiridos durante el curso, sobre un tema específico que nos proponga (porque le interese especialmente), o sobre alguno de los temas que le sugeriremos.
- **Sesiones Presenciales** En estas sesiones, que se realizarán utilizando la red de videoconferencia de la UNED (retransmitidas por Internet), podrá asistir y participar en conferencias y mesas redondas en las que se desarrollarán temas de actualidad e interés relacionados con los contenidos del curso. El carácter de estas sesiones presenciales será totalmente voluntario y en ellas se contará con invitados de reconocido prestigio en sus campos para que nos hablen de temas de máxima actualidad.

Dentro de este modelo de aprendizaje y de formación a distancia, la comunicación telemática entre usted y nosotros es la pieza fundamental. Como ya se ha dicho, esta comunicación se llevará a cabo preferentemente a través de Internet y la Plataforma Virtual del curso. El material didáctico que necesite a lo largo del curso (material específico, Pruebas de Autoevaluación, Pruebas de Evaluación a Distancia, etc.) estará disponible en el Servidor del curso a través de Internet, para que, a modo de librería virtual, usted pueda ir trabajándolo con ayuda de su ordenador según lo vaya necesitando a medida que se desarrolle el curso.

Se recomienda que durante el desarrollo del curso se conecte a la Plataforma Virtual del mismo para poder tener acceso a otro tipo de materiales de apoyo que estarán presentes en el propio Servidor, como son las direcciones URLs para la ampliación de los contenidos, otros materiales adicionales o el directorio de empresas del sector.

De la misma manera, este servidor también se utilizará para que nos envíe sus consultas y las Pruebas de Evaluación a Distancia que realice, así como para recibir las respuestas por parte de los profesores (distribución electrónica de material). Por último, también servirá de medio de comunicación de cualquier noticia de interés general relacionada con el curso a través de un panel dedicado a tal efecto.

Durante el curso seguiremos trabajando en conseguir las mejores condiciones para su aprendizaje, comunicándoles mediante la Plataforma Virtual las noticias que se vayan produciendo. Que usted conozca nuestra Plataforma, así como el funcionamiento de nuestro área de trabajo virtual, forma parte del objetivo del primer bloque temático, llamado "Presentación del Curso", en el que se dan las pautas fundamentales para lograr alcanzar el aprovechamiento óptimo del mismo.

Evaluación

La metodología que se ha diseñado para el curso permite un seguimiento y una evaluación continua e individualizada de cada alumno, atendiendo y ponderando en cada caso su trabajo, estando basada en:

- Las Pruebas de Evaluación a Distancia más el Trabajo Práctico de cada una de las Unidades Didácticas (un 66% de la nota final).
- El Trabajo o Proyecto Fin de Curso (un 33% de la nota final).
- Las consultas y la participación en la tutoría telemática o postal/telefónica también podrán ser tenidas en cuenta para mejorar la nota final.

Una vez finalizado el curso, y si lo supera satisfactoriamente, obtendrá el Título propio del Programa de Desarrollo Profesional y Personal de la UNED de **"Diploma de Experto Profesional en COMMUNITY MANAGER: TECNOLOGÍA Y PRÁCTICA APLICADAS A LA SOCIAL MEDIA"**.



Además, el Departamento de Ingeniería Eléctrica, Electrónica y de Control de la UNED, como responsable del curso, le extenderá un **Certificado Académico Personal** en el que se especificarán con todo detalle la descripción de los contenidos, la carga lectiva (**20 créditos ECTS**), las calificaciones (parciales y final) obtenidas y cualquier otra cuestión (cualitativa y cuantitativa) que sirva para constatar la calidad del trabajo realizado.

Programa

El contenido del curso está dividido en tres bloques: dos bloques temáticos o Unidades Didácticas y un Trabajo o Proyecto de Fin de Curso. Según esta estructura, el programa del curso es el siguiente:

Unidad Didáctica 1: COMUNIDADES VIRTUALES

Capítulo 1: Comunidades Virtuales: Descripción y Claves de su éxito

- INTRODUCCIÓN A LAS COMUNIDADES VIRTUALES: LA NUEVA REALIDAD DIGITAL. Antecedentes históricos. Evolución tecnológica en la nueva web 3.0. Nuevos retos y desafíos para las empresas y organizaciones. La nueva realidad que ha supuesto el nacimiento de las Comunidades Virtuales. Principales Redes Sociales y su clasificación: Redes Sociales Verticales y Redes Sociales Horizontales.
- CARACTERIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES DE MAYOR RELEVANCIA: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Google+, LinkedIn, WhatsApp, Pinterest, Flickr, SlideShare, Tumblr, Google Maps, otras Plataformas Sociales.
- EL PAPEL DEL COMMUNITY MANAGER Y LAS CLAVES DEL ÉXITO DE UNA COMUNIDAD VIRTUAL: FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES. Gestión del conocimiento de una empresa u organización: Gestión Externa y Gestión Interna.

Capítulo 2: Un nuevo modelo de Atención al Cliente: Gestión de Comunidades Virtuales

- UN NUEVO MODELO DE ATENCIÓN AL CLIENTE. Nuevos elementos a disposición del cliente. Fragmentación de los mercados. Identidad y reputación digital de una empresa u organización. Nuevas características de la Atención al Cliente: Técnicas de fidelización. Transformación de las labores de Marketing al nuevo entorno: Marketing viral y emocional. El marketing en las comunidades virtuales: la pirámide del compromiso o CEP, los influencers o prescriptores de marca.
- GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES. Principios de acción de un Community Manager: Valor aportado dentro de una determinada estrategia empresarial. Las necesidades de las comunidades de usuarios: creación de una Comunidad Virtual, gestión de una Comunidad Virtual, dinamización y fidelización de usuarios de una Comunidad Virtual, principios de buenas prácticas.

- CÓMO SACAR PARTIDO DE LAS OPORTUNIDADES QUE OFRECEN LOS MEDIOS SOCIALES. Encontrando a nuestros clientes en la red.

Capítulo 3: Elementos del Marketing Digital: Visión del mercado y herramientas de trabajo en el día a día de las Comunidades Virtuales

- ELEMENTOS DEL MARKETING DIGITAL. Visión y análisis del mercado. Resultados extraídos de la etapa de análisis. Pasos a seguir antes de comenzar a actuar. Definición de un plan a la medida de nuestro público.
- HERRAMIENTAS DE TRABAJO EN EL DÍA A DÍA DE LAS COMUNIDADES VIRTUALES. Herramientas del Community Manager para comunicar: Webs, Buscadores, Ficheros de Contenidos, Comunicaciones vía e-mail, envío de SMSs, Publicidad en Internet, Alianzas comerciales a través de Internet. Herramientas del Community Manager para publicar: Blogs, Foros, Contenidos Gráficos, Ficheros de audio y vídeo. Herramientas del Community Manager para tareas de gestión: Marcadores Online, Acortadores de URL, Agregadores de Feeds, Agregadores de Noticias, Agenda Web, Depósito de Archivos Online, Administrador de Perfiles y Cuentas.
- **TRABAJO PRÁCTICO: WORDPRESS PARA UN COMMUNITY MANAGER, DESARROLLO DE WEBS Y BLOGS**

Capítulo 4: Diseño de un Plan de Marketing Digital Personalizado: La estrategia y la Plataforma de soporte

- ELEMENTOS A TENER EN CUENTA A LA HORA DE LLEVAR A CABO EL DISEÑO DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL. Consideraciones previas al diseño del Social Media Plan. Etapas básicas en el desarrollo del Social Media Plan: Elaborar una propuesta que recoja los objetivos concretos, Seleccionar el público objetivo o target de la acción, Seleccionar la duración del proyecto, Determinar los recursos técnicos, económicos y humanos destinados al proyecto, Definir la estrategia y las herramientas que se emplearán en la consecución de los objetivos.
- LA ESTRATEGIA ASOCIADA AL SOCIAL MEDIA PLAN. Trabajando con distintas Redes Sociales para potenciar la marca de una empresa u organización. Mantenimiento del Plan. Cómo hacer frente a una crisis online. Revisión de resultados y propuestas de mejora.
- LA PLATAFORMA DE SOPORTE: TRABAJO PRÁCTICO DE GESTIÓN. El Blog: Cómo aprovechar su potencia. Los Foros: Administración y vitalización. Facebook: sacando partido a las páginas de fans. Twitter: Cómo obtener valor de la audiencia en Twitter. Trabajando con otras plataformas. Promoción y fidelización de las cuentas.

Unidad Didáctica 2: PLATAFORMAS DE CONTENIDO

Capítulo 5: Trabajando con distintas Redes Sociales para potenciar la marca de una empresa u organización

- FACEBOOK. Creación de perfiles en Facebook. Trabajando en el día a día en Facebook. Consejos principales a tener en cuenta en Facebook. Herramientas de trabajo más importantes en Facebook.
- TWITTER. Creación de perfiles en Twitter. Trabajando en el día a día en Twitter. Consejos principales a tener en cuenta en Twitter. Herramientas de trabajo más importantes en Twitter.
- YOUTUBE. Creación de perfiles en YouTube. Trabajando en el día a día en YouTube. Consejos principales a tener en cuenta en YouTube. Herramientas de trabajo más importantes en YouTube.
- INSTAGRAM. Creación de perfiles en Instagram. Trabajando en el día a día en Instagram. Consejos principales a tener en cuenta en Instagram. Herramientas de trabajo más importantes en Instagram.
- LINKEDIN. Creación de perfiles en LinkedIn. Trabajando en el día a día en LinkedIn. Consejos principales a tener en cuenta en LinkedIn. Herramientas de trabajo más importantes en LinkedIn.
- GOOGLE+. Creación de perfiles en Google+. Trabajando en el día a día en Google+. Consejos principales a tener en cuenta en Google+. Herramientas de trabajo más importantes en Google+.
- PINTEREST. Creación de perfiles en Pinterest. Trabajando en el día a día en Pinterest. Consejos principales a tener en cuenta en Pinterest. Herramientas de trabajo más importantes en Pinterest.
- WHATSAPP BUSINESS. Creación de perfiles en WhatsApp Business. Trabajando en el día a día en WhatsApp Business. Consejos principales a tener en cuenta en WhatsApp Business. Herramientas de trabajo más importantes en WhatsApp Business.
- OTRAS PLATAFORMAS SOCIALES.

Capítulo 6: Producción de los contenidos: Contenidos aportados por el Community Manager y contenidos aportados por los usuarios. Marco legislativo

- CONTENIDOS APORTADOS POR EL COMMUNITY MANAGER. La necesidad e importancia de los contenidos. El Plan de Contenidos. Curación de contenidos: Utilización en el entorno digital. Conceptos básicos sobre el estilo a la hora de comunicar: Redacción de contenidos digitales, Los contenidos para Microblogging. Marketing de contenidos: Técnicas al alcance del Community Manager.
- CONTENIDOS APORTADOS POR LOS USUARIOS.
- MARCO LEGISLATIVO. La Propiedad Intelectual de los contenidos. La protección de datos y la Documentación Libre.

Capítulo 7: Promoción de los contenidos: Posicionamiento SEO, SEM y SMO. Social Ads y otras técnicas de promoción

- **CÓMO OPTIMIZAR EL TRABAJO CON KEYWORDS Y BUSCADORES.** La importancia de una correcta selección de las palabras clave. Herramientas para buscar palabras clave. Criterios aplicables a la selección de palabras clave. Optimización de la velocidad de la web. Optimización en el uso de dispositivos móviles.
- **TÉCNICAS DE POSICIONAMIENTO NATURAL: SEO.** Cómo trabajar el posicionamiento de contenidos utilizando SEO. Herramientas del Community manager para SEO: Suites, Análisis de backlinks, Análisis on-site, Análisis de keywords, Ranking de keywords, Link Building, otras consideraciones, Plug-ins para el navegador.
- **TÉCNICAS DE POSICIONAMIENTO PATROCINADO: SEM.** Cómo trabajar el posicionamiento de contenidos utilizando herramientas de pago. Herramientas del Community Manager para SEM: SEMRush, Power Editor.
- **TÉCNICAS DE POSICIONAMIENTO SOCIAL: SMO.** Cómo trabajar el posicionamiento de contenidos utilizando SMO. Herramientas del Community Manager para SMO: Zapier, IFTTT, OUUU, BRAND24, OKTOPOST, ROCKETIUM, GAINAPP, BUFFER REPLY, UNUM, HOOTSUITE
- **PUBLICIDAD MEDIANTE REDES SOCIALES: SOCIAL ADVERTISING.** Facebook Ads, Twitter Ads, YouTube Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads, Pinterest Ads, otras Plataformas de Publicidad en Redes Sociales.
- **EMAIL MARKETING: CÓMO APROVECHAR SUS PRINCIPALES VENTAJAS**
- **COMERCIO ELECTRÓNICO: ÚLTIMOS DESAFÍOS DEL MERCADO Y NUEVAS OPORTUNIDADES.**

Capítulo 8: Evaluación de resultados: Herramientas de análisis de resultados. Posicionamiento natural y social en la web. Rentabilidad, éxito y retorno de la inversión

- **HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE RESULTADOS.** Cómo monitorizar y medir la reputación de una organización en Plataformas Sociales: La necesidad de monitorizar la reputación on-line, Datos que aporta la monitorización de conversaciones y contenidos, Conociendo el mercado y la competencia, Interpretación de los datos recogidos, Herramientas de monitorización. Analítica y métrica en Medios Sociales: Los indicadores KPI, Resultados cualitativos y cuantitativos, Recogida de datos propios y de la competencia, Análisis de tendencias, Conclusiones extraídas y medidas que se pueden tomar.
- **POSICIONAMIENTO NATURAL Y SOCIAL EN LA WEB.** Herramientas de análisis relacionadas con el posicionamiento: Analítica web y posicionamiento, Audiencia web y social, Medida del impacto de las acciones desarrolladas. Conocer tus datos y los de la competencia.
- **TRABAJO PRÁCTICO: GOOGLE ANALYTICS PARA UN COMMUNITY MANAGER.**

- RENTABILIDAD, ÉXITO Y RETORNO DE LA INVERSIÓN. Determinación del cálculo de la inversión y los beneficios. El ROI: ¿Cuánto dinero hemos invertido?, ¿Cuánto dinero hemos obtenido a cambio? El impacto de las relaciones creadas en medios sociales. El IOR.

TRABAJO O PROYECTO FIN DE CURSO

Pruebas y Ejercicios

Durante el curso le propondremos la realización de Ejercicios Personales en cada una de las Unidades Didácticas, cuya resolución y la posterior autoevaluación que realizará con ayuda de las soluciones que le suministraremos, le permitirán una evaluación de sus conocimientos, así como una preparación para la posterior Prueba de Evaluación a Distancia (PED). Estos Ejercicios de la Prueba de Autoevaluación (PAE), que son de carácter voluntario y no debe entregar, se publicarán a mediados de la Unidad Didáctica.

A la vez que se publica en el servidor web la Prueba de Evaluación a Distancia (PED), compuesta por una serie de ejercicios que son de carácter obligatorio y debe entregar para ser evaluados, se enviarán las soluciones a los Ejercicios Personales de la Prueba de Autoevaluación (PAE) de esa Unidad Didáctica. Una vez evaluados los documentos de la PED enviados por cada estudiante, se enviarán a título personal la evaluación, correcciones y soluciones de la Prueba de Evaluación a Distancia de cada Unidad Didáctica, con objeto de que cada estudiante conozca los fallos u omisiones que ha tenido su trabajo, así como qué podría hacer para mejorarlo.

Bibliografía y Materiales

Para el estudio de los contenidos del programa, además del material específico que se irá poniendo en el Servidor del curso, el equipo docente le recomienda la siguiente bibliografía general básica:

- O. Rodríguez Fernández. *Curso de Community Manager*. Ed. Anaya Multimedia, 2018.
- A. Dotras. *Social Media. Herramientas y estrategias empresariales*. RAMA Editorial, 2016.
- D. C. Martín. *SEO. Curso Práctico*. RAMA Editorial, 2018.
- J. C. Mejía Llano. *La Guía Avanzada del Community Manager*. Ed. Anaya Multimedia, 2015.
- C. Martínez Priego y otros. *Quiero ser Community Manager: 10 profesionales y 5 compañías analizan una nueva realidad*. ESIC Business Marketing School, 2012.

- Diverso material en formato electrónico (PDF en color) que cubre el programa del curso (en el Servidor).

Textos Complementarios:

Además de la bibliografía señalada, otros textos podrán ser consultados por los alumnos en los locales del Departamento, y dentro de las horas de tutorías, mediante cita previa.

Textos Específicos del Curso:

- **Unidad Didáctica 1:** Capítulos 1, 2, 3 y 4.
- **Unidad Didáctica 2:** Capítulos 5, 6, 7 y 8.
- **Pruebas de Autoevaluación (PAE) y Pruebas de Evaluación a Distancia (PED)**
- **Guía del Trabajo Final**

Textos Adicionales:

- Artículos varios de libros y revistas, como complemento a los contenidos del curso.

Profesores

La Directora del curso es la profesora Dña. Clara María Pérez Molina. A continuación se relacionan los profesores que participan en el curso.

Dña. Clara María Pérez Molina es Doctora Ingeniera Industrial por la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales de la Universidad Nacional de Educación a Distancia y Licenciada en Ciencias Físicas por la Universidad Complutense de Madrid. Ha obtenido el Premio a los mejores Materiales Didácticos en Ciencias Experimentales del Consejo Social de la UNED en 1998 y el Premio del Consejo Social a las "buenas prácticas" del personal docente e investigador y de administración y servicios de la UNED en 2018. Actualmente es Profesora Titular de Universidad del Área de Ingeniería de Sistemas y Automática en el Departamento de Ingeniería Eléctrica, Electrónica y de Control de la UNED. Sus áreas de interés incluyen el e-learning y las nuevas tecnologías aplicadas a la educación, así como la arquitectura de computadores y las bases de datos. Lleva varios años participando y coordinando diversos proyectos de investigación, tanto nacionales como internacionales. Desde el año 2014 desempeña el cargo de Coordinadora del Máster en Sistemas Electrónicos de

Información y Comunicación y participa como tutora en el Programa de Movilidad Erasmus. Es autora de numerosas comunicaciones científicas presentadas a congresos y revistas especializadas.

D. Carlos Enrique Sedano Flores es Ingeniero Técnico Superior de Minas (Especialidad en Energía y Combustibles) y Máster en Dirección de Márketing y Gestión Comercial (GESCO) por ESIC Business & Marketing School. Ha realizado los cursos de doctorado en Tecnologías de la Comunicación en la Universidad Carlos III de Madrid así como el Ciclo Formativo de Grado Superior en Automoción y Mecánica del Automóvil. Además está en posesión del Certificado de Aptitud Pedagógica otorgado por el Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad Complutense de Madrid.

Es socio fundador de AGIB Consultores, empresa de consultoría SEO y SEM con varios casos de éxito en diferentes sectores, socio fundador y director de márketing (CMO) de ARYDOL, asociación dedicada al estudio de la anestesia regional y el dolor, y socio fundador y partner de Maestrum, empresa dedicada al sector de la automoción. Además ha pasado por varios puestos de responsabilidad en las áreas de Estrategia y Desarrollo de Negocio, Marketing de Producto y de Segmento, Comercial y de Provisión de la compañía Telefónica de España, estando actualmente ligado a la implantación del producto estrella, Movistar Fusión Empresas. Tiene experiencia docente trabajando como profesor colaborador de Telefónica de España, S.A.U., así como conferenciante en ESADE Business & Law School y en IESE Business School.

D. Pablo Losada de Dios es Ingeniero Técnico de Telecomunicaciones por la Universidad Politécnica de Madrid (UPM) en la rama de Imagen y Sonido. Ha obtenido el premio a los mejores Materiales Didácticos en Ciencias Experimentales del Consejo Social de la UNED en 1998. Tiene la titulación de Experto por la UNED en las áreas: Desarrollo de Aplicaciones multimedia, Sistemas de gestión de base de datos y Comunicaciones, Redes y Servicios. Trabajó en el Centro de Servicios informáticos de la UNED y en la actualidad trabaja en el Laboratorio del Departamento de Ingeniería Eléctrica, Electrónica y de Control de la ETSII de la UNED como Técnico Especialista, realizando labores de websmaster de los diversos servidores del Departamento. Ha participado como profesor en varios cursos de temática multimedia y Web de la UNED como el curso de *Experto Profesional en Desarrollo de Aplicaciones Multimedia* y el *Experto Profesional en Desarrollo Asistido de Contenidos y Entornos Web Interactivos*. Colabora en numerosos proyectos y realiza cursos de formación interna del profesorado de la UNED en las nuevas tecnologías multimedia. Es coautor de varias publicaciones sobre multimedia y Diseño Web.

D. Sergio Martín Gutiérrez es Doctor por el Departamento de Ingeniería Eléctrica, Electrónica y de Control de la ETS de Ingenieros Industriales de la UNED e Ingeniero Superior de Informática, Especialidad Aplicaciones y Sistemas Distribuidos, por la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), obteniendo Matrícula de Honor con el proyecto "Gestor de Aplicaciones basado en

localización mediante redes inalámbricas". Ingeniero Técnico de Informática, Especialidad Sistemas, por la Universidad Politécnica de Madrid (UPM). Actualmente es Profesor Contratado Doctor en el Departamento de Ingeniería Eléctrica, Electrónica y de Control (DIEEC) de la UNED. Ha participado desde 2002 en proyectos de investigación, relacionados con movilidad e inteligencia ambiental, localización y redes inalámbricas, así como en proyectos relacionados con "e-learning" y nuevas tecnologías aplicadas a la enseñanza. Así mismo, ha publicado artículos en revistas y conferencias nacionales e internacionales, obteniendo en 2007 el premio Jean Peperstraete al segundo mejor artículo en la Conferencia Internacional de Innovación en Educación en Ingeniería Eléctrica y de la Información.

Calendario

Preste atención al tablón de anuncios del Servidor del curso. Allí irán apareciendo todas las fechas que debe tener en cuenta a la hora de seguir el mismo.

El inicio oficial del curso es el **miércoles 5 de diciembre de 2018**.

Durante los meses de diciembre de 2018 a mayo de 2019 se desarrollarán las dos Unidades Didácticas según el siguiente calendario:

05-12-2018	INICIO del curso. Entrada de alumnos al Servidor.
12-12-2018	Inicio Unidad Didáctica 1 en el Servidor de los Cursos: <i>Publicación del capítulo 1.</i>
19-12-2018	<i>Publicación del capítulo 2.</i>
Periodo NO LECTIVO	<i>Del sábado 22 de diciembre de 2018 al lunes 7 de enero de 2019, ambos inclusive, (NAVIDAD).</i>
09-01-2019	<i>Publicación del capítulo 3.</i>
16-01-2019	<i>Publicación del capítulo 4.</i>
23-01-2019	Ejercicios de Autoevaluación de la U.D. 1 en el Servidor de los Cursos.
06-02-2019	Soluciones a los Ejercicios de Autoevaluación de la U.D. 1 en el Servidor de los Cursos. Prueba de Evaluación a Distancia PED1 en el Servidor de los Cursos.
20-02-2019	Fecha límite para enviar la Prueba de Evaluación a Distancia de la Unidad Didáctica I, PED1.

	Inicio Unidad Didáctica 2 en el Servidor de los Cursos: <i>Publicación del capítulo 5.</i>
27-02-2019	<i>Publicación del capítulo 6.</i>
06-03-2019	<i>Publicación del capítulo 7.</i>
13-03-2019	<i>Publicación del capítulo 8.</i>
20-03-2019	Ejercicios de Autoevaluación de la U.D. 2 en el Servidor de los Cursos.
03-04-2019	Soluciones a los Ejercicios de Autoevaluación de la U.D. 2 en el Servidor de los Cursos. Prueba de Evaluación a Distancia PED2 en el Servidor de los Cursos.
Periodo NO LECTIVO	<i>Del viernes 12 de abril al lunes 22 de abril de 2019, ambos inclusive, (SEMANA SANTA).</i>
24-04-2019	Fecha límite para enviar la Prueba de Evaluación a Distancia de la Unidad Didáctica 2, PED2. Publicación de la Guía para la elaboración del Trabajo Fin de Curso en el Servidor de los Cursos.
30-04-2019	Fecha límite para la asignación del título de Trabajo de Fin de Curso.
01-05-2019	Comienzo de la realización del Trabajo de Fin de Curso .
31-05-2019	Fecha límite para enviar el Trabajo de Fin de Curso.
Mediados 06-2019	Envío de certificados y notas del curso.
Final 06-2019	CIERRE del curso.

En las fechas señaladas como límite para enviar las Pruebas de Evaluación a Distancia deberá enviarnos sus pruebas mediante la aplicación existente en el Servidor Web del Curso. En el mes de mayo de 2019 deberá realizar el Trabajo Fin de Curso y enviarlo antes del día 31 de ese mes.

Todas las fechas son aproximadas, existiendo cierta flexibilidad en los plazos, aunque es conveniente que se respeten para el correcto desarrollo pedagógico de la programación del curso. Sin embargo, el **31 de mayo de 2019** es la única fecha definitiva, que no puede prorrogarse: toda la documentación (Trabajo Fin de Curso y Pruebas de Evaluación a Distancia) que desee que sea evaluada por los profesores del curso debe estar entregada antes de esa fecha.

Se comunicará con la debida antelación las distintas actividades voluntarias que se realizarán a lo largo del curso, como sesiones con exposición de temas actuales por

profesionales de empresas y universidades que destaquen en temas relacionados con la materia del curso.

La clausura del curso está prevista para el **viernes 14 de junio de 2019**.

Consultas

Las tutorías, como ya se ha indicado, son telemáticas, a través de Internet y Redes IP. El profesor es la persona a la que siempre debe dirigirse para cualquier tema relacionado con los contenidos del curso. La dirección del correo electrónico de su profesor es:

profesor-cm@ieec.uned.es

La Plataforma Virtual de seguimiento por Internet del curso le proveerá de herramientas para la comunicación segura y directa con los profesores del curso. Tendrá a su disposición foros para la comunicación con sus compañeros del curso, así como FAQ (preguntas más frecuentes), y otras secciones que le ayudarán en el seguimiento del curso (evaluación, certificado del curso, etc.).

Otra dirección que puede serle útil es la del *Soporte Informático a los Estudiantes*, para consultas o dudas relacionadas con el servicio de Campus Inalámbrico de la Universidad. Su dirección de correo electrónico es:

buzonestudiantes@csi.uned.es

Por último, en casos en los que no sea posible la comunicación a través del correo electrónico, o bien debido al carácter de la consulta el estudiante prefiera la comunicación directa, los números de teléfono del Departamento en los que se realizará la tutoría telefónica, son:

Profesor del curso:

913 987 746

Secretaria del Departamento:

913 986 494

El horario preferente de atención será los martes de 15 a 19 horas o los miércoles de 10 a 14 horas.