

CURSO DE FORMACIÓN PARA EL EMPLEO

Social Media Manager y Community Manager

(60 horas)

1. JUSTIFICACIÓN

Los avances tecnológicos que han tenido lugar en los últimos años han revolucionado la sociedad, esta revolución ha afectado notablemente al ámbito empresarial y de negocios.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) están invadiendo lugares que son comunes a todos gracias al cada vez más rápido y común acceso a Internet y la proliferación de dispositivos móviles tecnológicos, con todas las posibilidades que lleva consigo en el ámbito laboral.

La aparición de la llamada Web 2.0 supuso una segunda revolución en la era de Internet, en la que el usuario toma el protagonismo al permitirle interactuar, compartir y crear contenido y, ante todo, comunicarse y relacionarse de una forma ágil y dinámica.

Resulta necesario conocer las oportunidades laborales y de negocio que ofrecen las diversas redes sociales, de igual manera se deben respetar las normas de la Netiqueta y forjar una buena identidad y reputación digital para obtener las mejores valoraciones y oportunidades de negocio.

2. RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS CLAVE

Con el curso de Social Media Manager y Community Manager, el alumnado desarrolla gran parte de las competencias clave:

La competencia en comunicación lingüística es muy importante en las redes sociales orientadas al mundo laboral y empresarial para publicitarse, comunicarse e interactuar.

La competencia de aprender a aprender es muy relevante, el alumnado aprende a buscar, organizar y seleccionar información de su interés, de cualquier campo de conocimiento. Fomenta el aprendizaje en grupo, el manejo adecuado del tiempo y el desarrollo de la autoestima.

Las competencias sociales y cívicas se alcanzan reflexionando sobre las distintas modalidades comunicativas, la participación y el respeto a las opiniones ajenas mediante el uso adecuado de la Netiqueta y forjando una adecuada identidad y reputación digital personal y empresarial.

Las redes sociales son importantes para el desarrollo de la competencia relacionada con la iniciativa y espíritu emprendedor, puede facilitar al alumnado las herramientas para promocionar sus productos o negocios, la comunicación laboral, la búsqueda de empleo, etcétera.

Las redes sociales suponen importantes herramientas para el desarrollo de la conciencia y las expresiones culturales, aprovechando las oportunidades laborales y de negocio vinculadas al patrimonio, la lengua, el arte, las costumbres y otras manifestaciones de la cultura propia, local, autonómica, etcétera.

Las redes sociales desarrollan, muy especialmente, la competencia digital, para que el alumnado sea capaz de comunicarse, obtener y procesar información, ofrecer sus productos o servicios, publicitarse, realizar entrevistas personales y laborales, etcétera.

3. ASPECTOS INNOVADORES

La Utilización de las redes sociales no sólo como medio para comunicarse, publicitarse y obtener las mejores valoraciones en redes genéricas (redes sociales horizontales), sino también como medio específico para entablar relaciones laborales y de negocio (redes sociales verticales).

La realidad tecnológica actual nos muestra que los dispositivos móviles tienen una gran importancia y suponen la principal herramienta de acceso a Internet y las redes sociales, por ello, el curso prestará especial atención a la utilización de estos dispositivos frente al ordenador personal.

La tendencia es al acceso a Internet y el acceso al contenido permanentemente disponibles.

4. OBJETIVOS

Los objetivos generales que se plantean con este curso son:

- Conocer el funcionamiento de las redes sociales orientadas a empresas y negocios, sus posibilidades en dispositivos móviles y ordenador personal.
- Favorecer la empleabilidad de las personas con conocimientos básicos de los dispositivos tecnológicos.
- Formar a nivel básico en las figuras de Social Media Manager y Community Manager.
- Crear y desarrollar correctamente identidad y reputación digital personal y empresarial.

5. CONTENIDOS

Los contenidos a desarrollar en el curso son los siguientes:

- Internet, web 2.0 en negocios y empresas. Netiqueta, identidad y reputación digital. Cómo nos ven los clientes: valoraciones y opiniones, googlearse.
- Qué es red social. Redes horizontales y verticales, oportunidades de negocio.
- Funciones y diferencias entre Social Media Manager y Community Manager.
- Redes sociales desde el perfil de empresa:
 - WhatsApp Business. Registro, perfil y configuración, contactos, etiquetas, publicidad, mensajes directos, respuestas rápidas, envío masivo, envío de contenido, estadísticas. Uso en móviles y ordenador (WhatsApp Web).

- Facebook. Registro y configuración. Página de empresa. Mensajes y etiquetas. Publicar en la página, etiquetar productos. Publicidad y envío de contenido, compartir, *me gusta*, mencionar, encuestas y hashtag. Aplicaciones. Analytics, Workplace, Blueprint, Audience Network, Places. Uso en móviles y ordenador.
- Twitter. Configurar el perfil de empresa. Ads y Analytics. Seguidores, listas y mensajes privados. Tuitear, compartir, responder, like, mencionar, encuestas, hilos, hashtag y trending topic.
- Google: Google+, My Business, AdSense, AdWords, AdWords Express, GSuite, YouTube.
- LinkedIn. Registro personal y creación de página de empresa. Conexiones. Grupos. Recomendaciones. InMail. Búsqueda avanzada.
- Instagram. Registro como empresa y configuración. Seguidores, listas y mensajes privados. Publicidad y estadísticas.
- Otras redes sociales:
 - About.me, Domestika, Womenalia.
 - Tripadvisor, Yelp, Foursquare.
 - Line, Telegram, Snapchat.
 - Pinterest, Flickr, Tumblr, 500px.
 - MySpace, Spotify, Jamendo, Vimeo.

6. METODOLOGÍA

La adquisición de una competencia digital adecuada requerirá enfocar el curso de forma práctica, relacionándolo con el entorno laboral y poniendo en valor la importancia de la informática, Internet y las redes sociales en los negocios, pero también reforzar el espíritu crítico entre el alumnado.

Se crearán grupos de alumnado en el aula, así como en las redes sociales para realizar las prácticas de los conceptos aprendidos desde el perfil de empresario, así como desde el perfil de candidato a un puesto de trabajo y desde el punto de vista del cliente.

7. DURACIÓN DEL CURSO

El curso tendrá una duración de 60 horas, distribuidas según las necesidades del alumnado y la disponibilidad horaria del centro de forma bimestral, cuatrimestral o anual.

8. MATERIALES

- Aula de informática.
- Ordenadores con sistema operativo de entorno gráfico.
- Teléfonos móviles, tabletas u otros dispositivos portátiles inteligentes.
- Webs de ayuda y soporte:

- <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/1693/crear-una-pagina-de-empresa-en-linkedin?lang=es>
- <https://plus.google.com/+GoogleParaTuNegocio>
- <https://support.google.com/plus#topic=6320382>
- <https://support.google.com/business#topic=4539639>
- <https://gsuite.google.com/intl/es-419/products/googleplus/>
- <https://www.whatsapp.com/business/>
- <https://www.facebook.com/business/>
- <https://www.facebook.com/blueprint/courses>
- <https://business.instagram.com/>
- <https://business.twitter.com/es.html>
- <http://www.imh.eus/es/comunicacion/dokumentazio-irekia/manuales/manual-facebook-redes-sociales-para-usuario-y-para-empresa>
- <http://www.miguelangeltrabado.es/100-libros-gratis-de-marketing-digital-y-redes-sociales/>

9. EVALUACIÓN

9.1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y SU CONCRECIÓN

- Identificar las diferencias entre la web de primera generación y la web 2.0.
- Respetar las reglas de la Netiqueta.
- Forjar de forma crítica la identidad y la reputación digital personal y empresarial.
- Conocer el concepto, los tipos de red social y las oportunidades laborales y de negocio.
- Diferenciar entre Social Media Manager y Community Manager y conocer sus funciones.
- Realizar el registro como empresa, configuración, envío de mensajes privados y masivos, publicaciones en varias redes sociales de ofertas y productos.
- Identificar las redes sociales más adecuadas para los objetivos profesionales y empresariales.
- Utilizar las diferentes redes desde el ordenador y desde el móvil.

Para precisar estos criterios de evaluación, se verificará el nivel de adquisición de los contenidos en base a estos indicadores de concreción:

<i>Adquisición insuficiente</i>	No alcanza un mínimo aceptable y necesita una mejora sustancial.
<i>Adquisición básica</i>	Alcanza un mínimo aceptable, aunque es susceptible de mejora.
<i>Adquisición excelente</i>	Evidencia una adquisición excepcional, por encima del mínimo.

9.2. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Los procedimientos e instrumentos de evaluación serán variados, teniendo en cuenta la actitud activa ante el aprendizaje, así como el trabajo llevado a cabo en el aula y una verificación de conocimientos, poniendo el acento en la superación personal y evitando en la medida de lo posible la competitividad y la valoración excesiva de las calificaciones.

9.3. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Sobre los instrumentos antes referidos, se valorará, en primer lugar, que la asistencia a clase supere el 50% para que el alumnado pueda ser evaluado, de acuerdo con los siguientes porcentajes:

- Conocimientos adquiridos: 40%
- Trabajo realizado: 40%
- Actitud activa y participativa: 20%