

Sector: Administración y Comercio**Código CIUO 08:** 2431**Subsector:** Profesionales de la publicidad y la comercialización**Fecha:** abril 2025

Iniciación en Community Management

Perfil de ingreso	<p>Las personas aspirantes a la formación de Community Manager deberán cumplir con los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none">● Tener al menos 18 años.● Contar con comprensión de lectura y escritura suficientes para desempeñarse en el ámbito de la comunicación oral y escrita (Ciclo básico iniciado y recomendado finalizado).● Mostrar interés por el marketing digital y la gestión de redes sociales.● Poseer habilidades avanzadas en el uso de computadoras y navegación en internet.● Tener habilidades interpersonales para interactuar con diferentes audiencias en redes sociales.● Actitud proactiva y capacidad para trabajar de manera autónoma y en equipo.
Perfil de egreso	<p>Al completar la formación, la persona egresada será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none">● Desarrollar y gestionar estrategias de marketing digital en redes sociales.● Crear y optimizar perfiles empresariales en diversas plataformas de redes sociales.● Utilizar herramientas de análisis y automatización para mejorar el alcance y la efectividad de las campañas.● Generar y analizar reportes de desempeño en redes sociales.● Aplicar principios éticos y normativas en la gestión de comunidades en línea.

	<ul style="list-style-type: none">● Utilizar técnicas de creatividad y storytelling para crear contenido atractivo y relevante.● Colaborar con influencers y gestionar su participación en campañas de marketing.● Evaluar y ajustar estrategias de marketing basadas en métricas y KPIs.
Resultados de aprendizaje esperados por nivel	Nivel 3: Reconocen y previenen problemas de acuerdo con parámetros establecidos, identifican y aplican procedimientos y técnicas específicas, seleccionan y utilizan materiales, herramientas y equipamiento para responder a una necesidad propia de una actividad o función especializada en contextos conocidos.
Competencias transversales	<ul style="list-style-type: none">● Creatividad e innovación Nivel 3● Comunicación Nivel 3● Aprendizaje permanente Nivel 2
Duración total curso:	72 horas.

Módulo 1: Nivelación



Duración del módulo: 5 horas teórico prácticas.

Unidad didáctica	Objetivo de aprendizaje	Criterio de desempeño y/o evaluación	Contenido sugerido
UD 1.1 Fundamentos de ventas y marketing digital	El/la participante será capaz de incorporar conceptos básicos sobre marketing digital y ventas.	<ul style="list-style-type: none">● Comprende los conceptos básicos de Marketing Digital.● Distingue entre distintos tipos de clientes.	<ul style="list-style-type: none">● Marketing Digital.● Rol del Community Manager.● Psicología del consumidor y del marketing.● Cambios en el cliente del siglo XXI.● Actores del proceso de compra: iniciador, influenciador, decisor, comprador, usuario.
UD 1.2 Introducción a las Redes Sociales para ventas	Identificar usos de las redes sociales en la estrategia de mercado.	Identifica las características del lenguaje digital.	<ul style="list-style-type: none">● Social Media Management.● Lenguaje Digital.● Surgimiento de las Redes sociales.

Módulo 2: Creatividad



Duración del módulo: 10 horas teórico prácticas.

Unidad didáctica	Objetivo de aprendizaje	Criterio de desempeño y/o evaluación	Contenido sugerido
UD 2.1 Creatividad y creación de contenido para redes sociales	Desarrollar habilidades creativas y técnicas para aplicar la creatividad en estrategias de marketing, utilizando storytelling, edición de videos e infografías para vender y comunicar de manera efectiva en redes sociales en el marco de estrategias de comunicación y marketing.	<ul style="list-style-type: none">● Utiliza herramientas de creatividad para diseñar estrategias de marketing.● Diseña infografías efectivas usando herramientas digitales.● Edita videos para redes sociales utilizando software de edición.	<ul style="list-style-type: none">● Concepto de creatividad.● Aplicación de la creatividad dentro de las estrategias de marketing.● Creatividad y Storytelling como herramientas para vender en redes sociales.● Introducción a la edición de videos para redes sociales.● Uso de infografías para comunicar de manera efectiva.

Módulo 3: Redes sociales



Duración del módulo: 12 horas teórico prácticas.

Unidad didáctica	Objetivo de aprendizaje	Criterio de desempeño y/o evaluación	Contenido sugerido
UD 3.1 Facebook, Instagram y LinkedIn, y otras redes sociales	Aprender a utilizar Facebook, Instagram, LinkedIn y otras redes sociales para empresas, emplear herramientas para aumentar su alcance, conocer las redes sociales más populares y sus tipos de contenido, y entender su función dentro de una estrategia de marketing multicanal.	<ul style="list-style-type: none">● Configura perfiles empresariales en Facebook, Instagram y LinkedIn.● Implementa estrategias para aumentar el alcance de proyectos de campaña.● Comprende las características de las redes sociales más populares.● Crea contenido adecuado para las diferentes plataformas.	<ul style="list-style-type: none">● Facebook, Instagram y LinkedIn para empresas.● Herramientas para potenciar el alcance de estas redes.● Redes sociales utilizadas actualmente.● Usos y tipos de contenido que admiten.● Ubicación y función de las mismas dentro de un “media mix”.

Módulo 4: Estadísticas en redes sociales



Duración del módulo: 10 horas teórico prácticas.

Unidad didáctica	Objetivo de aprendizaje	Criterio de desempeño y/o evaluación	Contenido sugerido
UD 4.1 Estadísticas en redes sociales	Aprender a generar y analizar reportes de redes sociales.	<ul style="list-style-type: none">Genera reportes de redes sociales utilizando herramientas específicas.Interpreta los datos de los reportes en un análisis detallado.	<ul style="list-style-type: none">Reporte de las redes sociales y sus distintas partes.Análisis y presentación de datos para la toma de decisiones.Acceder a reportes más completos a través de plataformas disponibles.

Módulo 5: Estrategias de marketing en redes sociales



Duración: 25 horas teórico prácticas.

Unidad didáctica	Objetivo de aprendizaje	Criterio de desempeño y/o evaluación	Contenido sugerido
<p>UD 5.1 Herramientas y técnicas para la elaboración de estrategias comerciales en redes sociales</p>	<p>Desarrollar habilidades para formular, planificar, ejecutar y evaluar estrategias de marketing en redes sociales, comprendiendo el concepto de briefing, los tipos de consumidores y sus características, y el rol de los influencers en la estrategia comunicacional.</p>	<ul style="list-style-type: none">● Elaborar briefings para campañas de marketing.● Formula estrategias de marketing en planes detallados.● Evalúa la efectividad de las campañas mediante métricas y KPIs.● Identifica y comprende la segmentación de mercado según características de las personas usuarias.● Reconoce los distintos tipos de influencers.● Incorpora la figura del influencer en estrategias de marketing.	<ul style="list-style-type: none">● Estrategias de marketing.● Distintos usos.● Como formular una estrategia de marketing.● Planificación estratégica.● Ejecución de campañas.● Evaluación de resultados.● Concepto de briefing.● Tipos de brief y sus distintas partes.● Tipos de consumidores y sus características, según el tipo de producto.● Segmentación demográfica, psicográfica, geográfica, etc.● Influencers, tipos y roles.● Ventajas de incorporar influencers en la estrategia comunicacional.

Módulo 6: Herramientas de automatización



Duración: 6 horas teórico prácticas.

Unidad didáctica	Objetivo de aprendizaje	Criterio de desempeño y/o evaluación	Contenido sugerido
UD 6.1 Herramientas de automatización	Conocer las potencialidades de las herramientas de automatización.	Utiliza herramientas de automatización.	Uso de herramientas de automatización para planificar y programar publicaciones, compartir publicaciones, y para publicar en el mejor momento.

Módulo 7: Ética y normativas en redes sociales



Duración: 4 horas teórico prácticas.

Unidad didáctica	Objetivo de aprendizaje	Criterio de desempeño y/o evaluación	Contenido sugerido
UD 7.1 Ética y normativa en redes sociales	Comprender los principios éticos y las normativas que rigen la gestión de redes sociales.	<ul style="list-style-type: none">● Comprende los problemas éticos de la gestión de redes sociales.● Conoce la normativa y regulaciones vigentes respecto al manejo de la privacidad y protección de datos personales.● Conoce la normativa y regulaciones vigentes respecto al derecho de autor y propiedad intelectual.	<ul style="list-style-type: none">● Ética en la gestión de comunicades.● Manejo de la privacidad y protección de datos personales.● Normativas y regulaciones● Derechos de autor y propiedad intelectual en el contenido digital.