

El objetivo general consiste en convertir al participante en un Community Manager que pueda crear contenido de alto impacto, gestionar comunidades activas, usar la Inteligencia Artificial, analizar resultados en tiempo real, con el dominio de herramientas y plataformas actuales, así como conociendo las tendencias clave actuales.

Objetivos secundarios

1. Identificar las funciones, competencias, tareas diarias y su evolución hacia perfiles híbridos, diferenciando claramente entre su rol operativo y estratégico dentro de una organización.
2. Aprender a utilizar plataformas de creación, análisis, automatización y productividad que optimizan el trabajo diario del CM y permiten mantener una comunicación efectiva y profesional en redes sociales.
3. Analizar las principales plataformas, su funcionamiento algorítmico, tipos de contenido, tendencias emergentes y su papel en el comercio social y la construcción de marca.
4. Elaborar un plan digital estructurado a partir de auditorías, objetivos SMART y conocimiento del buyer persona, incluyendo planificación, ejecución, programación y medición.
5. Desarrollar habilidades para construir relaciones sostenibles con la audiencia, gestionar crisis, fomentar la participación, y entender el valor de la marca personal y la reputación digital en el contexto actual.

El contenido incluye:

- 65 videotutoriales
- 26 Presentaciones interactivas
- 28 Recursos descargables
- 10 Supuestos prácticos
- Glosario de términos