

Gestión de comunidades (community manager)

Javier Leiva Aguilera

25 horas

Índice

Presentación.....	4
Objetivos.....	5
Competencias.....	X
Contenidos.....	X
Metodología.....	X
Planificación del aprendizaje.....	XX
Actividades.....	XX
Evaluación.....	XX
Herramientas disponibles en el aula.....	XX
Bibliografía.....	XX

Presentación

El curso *Gestión de comunidades: community management* es un curso básico para la comprensión de las actuales dinámicas ligadas a la participación de las organizaciones y los individuos en la red Internet. Se parte de una introducción del tema de las redes sociales y se va profundizando en los factores esenciales ligados al enfoque que las organizaciones tienen que hacer en relación a la web actual. Después, se pasa a introducir el perfil de *community manager*, así como sus funciones y habilidades principales, pasando a la exposición del tema de definición de una estrategia de participación en las redes sociales, así como de monitorización de información para detectar oportunidades y amenazas.

El curso se dirige a todas aquellas personas interesadas en introducirse profesionalmente en este mundo, independientemente de si ya tienen conocimientos del tema o si se acercan a él por primera vez. Lo que se pretende es la adquisición progresiva de un conjunto de conocimientos y competencias que permitan al alumno comprender el alcance de la gestión de comunidades en un entorno en línea, así como ser capaces de trabajar en él de manera práctica.

Objetivos

El objetivo docente básico del curso es formar al estudiante en el ámbito de la gestión de comunidades en línea mediante la reflexión sobre los aspectos más relevantes del tema, la introducción del perfil de *community manager* y el tratamiento de los aspectos fundamentales ligados al establecimiento de una estrategia de participación en las redes sociales.

Los objetivos específicos para el estudiante son:

1. Conocer las herramientas y estrategias necesarias para gestionar la reputación en línea de las empresas y las organizaciones.
2. Lograr una visión de la necesidad de participar y gestionar las comunidades en línea en torno a una organización.

Competencias

1. Capacidad de gestionar la imagen en línea de una organización.
2. Capacidad para participar activamente en la definición de una estrategia de reputación en línea.
3. Capacidad para poner en marcha un panel de monitorización en línea de una marca u organización.

Contenidos del curso

Gestión de comunidades: *community manager*

Autor: Javier Leiva Aguilera

1 El concepto de comunidad y las redes sociales

- 1.1 Las redes sociales: concepto y características
- 1.2 El papel de las redes sociales en las organizaciones

2 El *community manager* (CM)

- 2.1 Razón de ser del CM
- 2.2 Responsabilidades, tareas y habilidades
- 2.3 El CM como estrategia dentro de la organización

3 Estrategia de la organización en las redes sociales

- 3.1 Cómo monitorizar la marca
- 3.2 Cómo crear comunidad
- 3.3 Planificación y herramientas
- 3.4 Medición y seguimiento de resultados
- 3.5 Aspectos legales

Metodología

El curso se va a desarrollar de acuerdo con la metodología de la Universitat Oberta de Catalunya. En el curso destacan los siguientes elementos metodológicos:

1) Organización del curso. Cada curso tiene delimitadas las competencias previas, las competencias que se deben alcanzar y los objetivos de aprendizaje. Los contenidos se han elaborado basándose en esta información, por lo que los materiales didácticos y las actividades de aprendizaje planteados son las herramientas fundamentales para alcanzar los objetivos y competencias del curso. En el apartado “Planificación del aprendizaje” de esta guía podéis consultar el mapa de navegación del curso. Se interrelacionan objetivos, contenidos, actividades y temporalización, que es una herramienta que permitirá al participante organizar su tiempo con el objetivo final de superar el curso. La temporalización para el estudio se planea teniendo en cuenta el tiempo que es aconsejable dedicar a cada una de las actividades. Si bien cada persona es quien acabará marcando el ritmo de estudio, lo que aquí proponemos está pensado para que se pueda seguir adecuadamente la evaluación continua que se ha establecido.

2) Acción de consultoría. El aprendizaje se basa en la resolución de actividades y casos prácticos que propone el consultor (o profesores virtuales). El profesor consultor se dirige a los participantes para orientarlos y ayudarlos en las dificultades que le surgen en el proceso de aprendizaje y le aporta retroalimentación (*feedback*) de manera constante. Asimismo, comprueba que cada participante alcance los objetivos pedagógicos y desarrolle las competencias profesionales previstas y definidas en la guía de aprendizaje. Hace la evaluación formativa y personalizada del participante según la previsión del curso.

3) Evaluación continua del aprendizaje. Las competencias del curso se alcanzan a partir del planteamiento por parte del consultor de ejercicios o actividades de aprendizaje adaptados a las características del curso. Las actividades se basarán en la aplicación de los conocimientos a situaciones concretas de un puesto de trabajo. Las actividades propuestas serán evaluadas de forma que suponen una evaluación formativa para el participante.

4) Material didáctico. Los participantes disponen de material didáctico específico y de materiales de consulta y orientaciones técnicas propuestas por el consultor. Se recomienda la lectura de los materiales didácticos como base del aprendizaje y del logro de competencias específicas. Con todo, el consultor es quien orientará sobre la lectura de los materiales didácticos y el procedimiento más adecuado para resolver los problemas o casos que se propongan.

Planificación del aprendizaje

Objetivos	Contenidos	Materiales	Actividades	Tiempo
<p>Adquirir los conocimientos básicos relacionados con las redes sociales y las comunidades</p> <p>Aprender a utilizar LinkedIn como herramienta de trabajo de la identidad personal</p>	1. El concepto de comunidad y las redes sociales	Unidad 1. El concepto de comunidad y las redes sociales (páginas 6 a 14)	<p>Lectura del capítulo 1</p> <p>Actividad: LinkedIn</p>	5 horas
<p>Adquirir los conocimientos básicos relacionados con la figura del <i>community manager</i></p> <p>Tomar conciencia de las competencias más importantes en relación con el perfil de <i>community manager</i></p>	2. El <i>community manager</i> (CM)	Unidad 2. El <i>community manager</i> (CM) (páginas 15 a 18)	<p>Lectura del capítulo 2</p> <p>Actividad: Debate sobre el perfil del <i>community manager</i></p>	7 horas
<p>Adquirir los conocimientos básicos relacionados con la estrategia en redes sociales de una organización</p> <p>Aprender a adecuar una estrategia a las características concretas de una organización determinada</p>	3. Estrategia de la organización en las redes sociales	Unidad 3. Estrategia de la organización en las redes sociales (páginas 19 a 30)	<p>Lectura del capítulo 3</p> <p>Actividad: Trabajo de la estrategia en redes sociales</p>	13 horas

Actividades

El consultor o consultora propondrá tres actividades, cuya resolución permitirá seguir la evaluación continuada del curso. Estas actividades deben entregarse puntualmente dentro de los periodos establecidos por el/la consultor/a. La puntualidad en la entrega de las actividades es determinante para ir avanzando con solvencia durante el curso. Además de estas actividades, también se podrán realizar otras que, a diferencia de las ya mencionadas, no tendrán carácter evaluador, sino que servirán para complementar las anteriores y facilitar el estudio de los módulos.

Evaluación

La metodología de trabajo que se sigue es **la evaluación continua**. La evaluación continua ofrece muchas ventajas en un entorno no presencial de aprendizaje:

- Permite establecer un ritmo de seguimiento y trabajo constante necesario para el aprendizaje de cualquier contenido. El hecho de ir avanzando progresivamente en el estudio, trabajo y asimilación de cada contenido contribuye a llegar, de una forma más fluida, al logro final de unos buenos conocimientos.
- Permite a cada persona ponderar el grado de asimilación del contenido que va trabajando mediante la actividad, a la vez que puede poner de relieve dudas que el estudio individual habría podido hacer pasar inadvertidas.
- Permite al consultor valorar si la persona ha alcanzado o no los conceptos trabajados en cada una de las actividades propuestas. Las actividades de evaluación continua tienen como objetivo que el alumno haga unos ejercicios prácticos que ilustren si es capaz de llevar a la práctica los conceptos que ha ido estudiando. Está claro que su seguimiento requiere un esfuerzo, pero es del todo recomendable su seguimiento y constituye un factor clave para el logro con éxito de los objetivos docentes.

La evaluación continua se basa en el desarrollo de las actividades, casos prácticos, ejercicios y debates que se llevan a cabo durante el curso y que los consultores evalúan. Hay que seguir las indicaciones y los consejos adicionales sobre el formato y la estructura en los que se tienen que resolver las actividades planteadas. También es posible que alguna de las actividades consista en un debate, donde los consultores valorarán las aportaciones y el esfuerzo de participación.

Entrega de las actividades

El estudiante hará llegar las actividades resueltas a través del buzón de entrega de actividades del aula (y cuyo acceso de lectura es exclusivo del profesorado). Este espacio es exclusivo de entrega, NO es el espacio indicado para resolver dudas con el consultor. Para resolver dudas, podéis mandar un mensaje a su correo personal. Las actividades de evaluación continua son personales y su resolución es individual, a menos que se trate de una actividad en grupo. Esto no es obstáculo para que se dé una fase previa de discusión del contenido de la actividad en el ámbito del grupo, pero exige la entrega de una actividad individual y diferenciada. La entrega

de una actividad copiada o duplicada de otra persona perteneciente al mismo grupo o a otro comportará la consideración de la actividad como no presentada para todas las personas implicadas.

Calificación

Cada una de las actividades del curso se evalúa a partir de los siguientes parámetros:

- Apto: ha entregado más del 50% de las actividades propuestas de forma correcta logrando los objetivos de aprendizaje marcados.
- No apto: ha entregado más de los 50% de las actividades pero sin superar los objetivos de aprendizaje.
- No presentado: No ha entregado más del 50% de las actividades presentadas.

Mediante el registro de la evaluación continua, accederéis a la nota del curso. Las calificaciones estarán introducidas en el plazo aproximado de una semana desde el cierre del plazo de entrega de la actividad correspondiente. El consultor informará en el tablón de su publicación y podrá proponer un guión de soluciones o los errores más frecuentes que se hayan detectado en la tarea de corrección de las actividades entregadas.

En el caso de que el participante haya superado el curso, recibirá la certificación de Apto. En el caso de no haber superado el curso, la calificación final será No apto.

Herramientas disponibles en el aula

Las funcionalidades de las herramientas disponibles al aula son las siguientes:

Espacio comunicación:

La interacción de los/de las consultores/se con los/las estudiantes se dará, de manera orientativa, siguiendo estas pautas:

Tablón del/ de la profesor/a:

Es el espacio básico de comunicación del/de la consultor/a con los/las estudiantes, de visita imprescindible para el seguimiento del curso. Se podrán encontrar, principalmente, las siguientes informaciones:

1. Mensaje de presentación de los y las consultores/se y de bienvenida.
2. Guía de aprendizaje.
3. Planificación temporal del curso.
4. Especificación de las actividades a realizar para seguir la evaluación continuada (incluyente fechas de remisión, etc.).
5. Notas varias referentes al seguimiento del curso.
6. Puesta en común de respuestas a dudas particulares que se consideren de interés general para el grupo.

Debate:

En este espacio se podrán realizar debates, siempre iniciados por el/por la consultor/a. Estos pueden formar parte de la evaluación continuada o bien, eventualmente, se pueden proponer sin que se incluyan en la evaluación. Se espera la participación activa de las personas participantes en el curso.

Foro:

Este es un espacio de comunicación informal abierto a las iniciativas tanto de consultores/as cómo de los propios y propias estudiantes. Por ejemplo:

- Mensaje de presentación de los y las estudiantes.
- Problemas sobre temas de configuración y funcionamiento del entorno al aula, que pueden ser resueltos entre los propios y propias estudiantes y, en ocasiones, por el consultor o la consultora.

- Se pueden plantear dudas, comentarios y cuestiones referidas a los contenidos de la asignatura que los/las estudiantes quieran compartir con el resto de participantes.
- Explicitación de inquietudes respecto a la nueva experiencia que supone estudiar en una universidad virtual.
- Comentarios sobre temas de carácter profesional, sobre el funcionamiento de los módulos y las pruebas de evaluación continuada, entre otras.
- Permite proponer temas de actualidad relacionados con los módulos y que se quieran plantear como debate (direcciones de Internet, noticias de prensa, artículos, etc.).
- Comentarios sobre la marcha del curso.
- Comentarios, observación de errores y sugerencias sobre los materiales de los módulos.
- Y cualquier otra cosa a iniciativa de los y de las alumnas.

Espacio de planificación:

En este espacio del aula se puede consultar el calendario del curso..

Espacio de recursos:

En este espacio se incluye el material didáctico, la Guía de aprendizaje y otros materiales y/o recursos de consulta. Aun así se incluyen diferentes fuentes de información que se pueden utilizar durante el curso como material complementario, a requerimiento de los consultores/se.

Espacio de evaluación:

En este espacio encontraréis el buzón de Prácticas, para la entrega de las actividades, y también podréis tener acceso a vuestro registro de calificaciones así como vuestro expediente académico.

Tablón e-formació UOC-SOC:

En él se podrán encontrar diferentes informaciones de carácter general para el buen desarrollo del curso.

Bibliografía

- **Celaya, J.** (2008). *La empresa en la web 2.0*. Barcelona: Gestión 2000.
- **Ertzcheid, C. i altres** (2010). *Le community management: stratégies et bonnes pratiques pour interagir avec vos communautés*. París: Diateino.
- **García, I.** (2011). “60 pasos para integrar, ejecutar y medir un social media plan” [artículo en línea]. <<http://isragarcia.es/60-pasos-para-integrar-ejecutar-y-medir-un-social-media-plan>>
- **Holzner, S.** (2007). *Los secretos de RSS*. Madrid: Anaya.
- **Leiva-Aguilera, J.** (2009). *Redes sociales: situación y tendencias en relación a la información y la documentación*. Madrid: Baratz. <<http://www.javierleiva.info/informe-sobre-redes-sociales>>
- **Leiva-Aguilera, J.** (2009). “Reputación online: lo segundo es escuchar”. *Catorze*. <http://www.catorze.com/reputacion-online-lo-segundo-es-escuchar>
- **Leiva-Aguilera, J.** (2010). “Comunicación en la empresa y apertura del perfil profesional de los documentalistas”. *El Profesional de la Información* (vol. 19, núm. 2, pàg. 117-121). Barcelona. <<http://www.catorze.com/community-manager-y-las-tierras-por-conquistar>>
- **Levine, R. i altres** (2009). *El manifiesto Cluetrain: el ocaso de la empresa tradicional*. Barcelona: Deusto.
- *Reputación y dinamización en internet: la figura del community manager* [enregistrament de vídeo] (2011). J. Leiva-Aguilera. <<http://www.javierleiva.info/audiovisual-prensa>>
- **Ugarte, D.** (2007). *El poder de las redes*. Barcelona: Ediciones El Cobre. <http://www.deugarte.com/gomi/el_poder_de_las_redes.pdf>
- **Watts, Duncan J.** (2006). *Seis grados de separación: la ciencia de las redes en la era del acceso*. Barcelona: Paidós Ibérica.

