

CARTA DESCRIPTIVA

Diplomado: Agente de Community Manager Remoto

Modalidad: Virtual

Duración total estimada: 12 semanas (1 unidad por semana)

Intensidad horaria sugerida: 110 horas

Nivel de formación: Diplomado y Seminarios – Educación Continua Extensión

Dirigido a: Personas con interés en desempeñarse como administradores de redes sociales para empresas o profesionales en modalidad remota, en contextos empresariales, institucionales o emprendedores.

Responsable: Organización CONOCER

1. Presentación del diplomado

El Diplomado en Agente de Community Manager Remoto ha sido diseñado para responder a la creciente demanda de profesionales que gestionen la presencia digital de empresas, instituciones y emprendimientos en entornos virtuales. En un mundo donde las redes sociales constituyen la principal vía de comunicación, reputación e interacción con clientes y audiencias, se requieren especialistas que combinen habilidades estratégicas, comunicativas y tecnológicas.

Este programa virtual ofrece un enfoque práctico y actualizado, que integra estrategia digital, creación de contenidos, gestión de comunidades online, monitoreo de métricas y atención al cliente en canales digitales. Con metodología asincrónica, se promueve el aprendizaje flexible y autónomo, con actividades prácticas que simulan escenarios reales del trabajo remoto.

2. Objetivo general

Formar agentes de Community Manager con competencias estratégicas, comunicativas y tecnológicas que les permitan administrar, dinamizar y posicionar comunidades digitales de manera efectiva en entornos corporativos y de emprendimiento, bajo la modalidad remota.

3. Objetivos específicos

1. Conocer los fundamentos del Community Manager y su rol en la comunicación digital corporativa.
2. Desarrollar competencias en planificación y gestión de contenidos digitales.
3. Dominar herramientas tecnológicas para la administración de redes sociales y análisis de métricas.

4. Implementar estrategias de engagement, fidelización y atención al cliente en entornos digitales.
5. Identificar y aplicar protocolos de manejo de crisis y reputación digital.
6. Fomentar habilidades de comunicación, creatividad y redacción en contextos multicanal.
7. Incorporar prácticas éticas, normativas de propiedad intelectual y protección de datos en la gestión digital.

4. Estructura curricular

El diplomado está organizado en 12 unidades, agrupadas en 4 módulos, desarrollados en 12 semanas.

Módulo 1. Fundamentos del Community Manager

- Unidad 1: El rol del Community manager remoto: funciones y perfil profesional.
- Unidad 2: Ecosistema digital y redes sociales: tendencias actuales.
- Unidad 3: Principios de comunicación digital y ética en la gestión online.

Módulo 2. Estrategias y Planificación de Contenidos

- Unidad 4: Creación de un plan de social media: objetivos y audiencias.
- Unidad 5: Estrategias de contenido digital: formatos, narrativa y storytelling.
- Unidad 6: Herramientas de diseño y programación de publicaciones (Canva, Meta Business Suite, Creator Studio, Buffer, Hootsuite).

Módulo 3. Gestión de Comunidades y Atención Digital

- Unidad 7: Construcción y dinamización de comunidades online.
- Unidad 8: Estrategias de engagement y fidelización de usuarios.
- Unidad 9: Atención al cliente en redes sociales: protocolos y buenas prácticas.

Módulo 4. Análisis, Métricas y Gestión de Crisis

- Unidad 10: Herramientas de monitoreo y análisis de métricas (Google Analytics, Meta Insights, Metricool).
- Unidad 11: Gestión de la reputación digital y protocolos de crisis.
- Unidad 12: Proyecto integrador: plan de community management remoto para una marca real o simulada.

5. Resultados de aprendizaje

Al finalizar el diplomado, el participante estará en capacidad de:

- Diseñar e implementar un plan de social media adaptado a objetivos organizacionales.
- Crear y programar contenidos digitales efectivos para distintas plataformas.
- Administrar comunidades virtuales fomentando la interacción y el engagement.
- Atender usuarios y clientes en entornos digitales con protocolos de calidad.
- Analizar métricas e indicadores para la toma de decisiones estratégicas.
- Gestionar la reputación online y manejar situaciones de crisis digital.

6. Estrategias metodológicas

- Aprendizaje autónomo y asincrónico mediante plataforma LMS.
- Recursos digitales interactivos: lecturas, videos, guías descargables y presentaciones.
- Actividades prácticas de simulación de escenarios reales en redes sociales.
- Estudio de casos de gestión exitosa y fallida en Community Manager.
- Proyecto final integrador aplicable a una marca real o simulada.

7. Criterios de evaluación

- Desarrollo de actividades prácticas semanales.
- Elaboración de ejercicios de programación y diseño de contenidos.
- Análisis de métricas y elaboración de informes ejecutivos.
- Proyecto final integrador con plan estratégico de Community Manager.
- Autoevaluaciones de cada unidad (formativas, sin nota numérica).

8. Recursos didácticos

- Plataforma Moodle/Canvas o similar.
- Herramientas de gestión de redes sociales (Hootsuite, Buffer, Metricool).

- Manuales técnicos en PDF.
- Videotutoriales sobre herramientas digitales.
- Plantillas descargables para planificación de contenidos y métricas.