



Don Miguel Ángel Mancheño Santos, con DNI número 1.176.372 Z, como Responsable del Área de Producción del Instituto de Formación y Estudios Sociales (IFES).

CERTIFICA:

Que DOÑA SONIA ORIVE GIL

Con DNI nº 33.452.467-W, recibió, desde el 16 de septiembre hasta el 13 de octubre de 2015, formación en la especialidad de "**COMMUNITY MANAGER**", con una duración total de 60 horas, correspondiente al plan de **INSTALACIONES DEPORTIVAS**, y nº de expediente F140038AA. Dicha especialidad se impartió a través de la modalidad "teleformación", por Ifes en Valencia C/ Martín el Humano, 1. La calificación global obtenida por esta alumna es de APTO.

Los contenidos impartidos en este curso se muestran en el dorso.

Lo que certifico en Madrid, a 22 de noviembre de 2019.

SELLO DE LA ENTIDAD

INSTITUTO DE FORMACIÓN  
Y ESTUDIOS SOCIALES



Miguel Ángel Mancheño Santos  
Responsable del Área de Producción

Expediente: F140038AA

Especialidad: COMMUNITY MANAGER

Horas Teleformación: 60 Horas

**MÓDULO I:** Introducción (8 horas)

- U.D.1. ¿Qué es la web 2.0? De la web 1.0 a la web 2.0.
- U.D.2. El impacto en los modelos de comunicación. La era de la conversación digital.
- U.D.3. Comunidades virtuales. Definición, características y fundamentos
- U.D.4. Las redes sociales como nuevo medio. Definición y características. Diferencias entre comunidad virtual y red social
- U.D.5. Perfiles profesionales de la web 2.0

**MÓDULO II.** El nuevo marketing comercial (10 horas)

- U.D.1. Conceptos básicos sobre el marketing digital
- U.D.2. El nuevo valor de marca y su posicionamiento
- U.D.3. Principios del marketing relacional
- U.D.4. Marketing viral: comunicación, participación, viralidad
- U.D.5. La estrategia: el marketing social dentro del marketing mix.

**MÓDULO III.** Los contenidos digitales 2.0. (10 horas)

- U.D.1. Internet como canal de comunicación
- U.D.2. La redacción en entornos digitales
- U.D.3. La lectura en Internet
- U.D.4. El contenido audiovisual
- U.D.5. El fenómeno de la blogsfera. El blog corporativo

**MÓDULO IV.** Las redes sociales (10 horas)

- U.D.1. Clasificación de las redes sociales. Ventajas
- U.D.2. Facebook
- U.D.3. Tuenti
- U.D.4. Twitter
- U.D.5. Youtube
- U.D.6. Linked In
- U.D.7. Otras redes sociales: Flickr, Myspace, Vimeo, Xing
- U.D.8. Las redes sociales como medio publicitario
- U.D.9. ¿Cómo conseguir seguidores?
- U.D.10. Casos de éxito.

**MÓDULO V.** Community manager como perfil profesional (12 horas)

- U.D.1. Community Management: funciones y perfiles profesionales
- U.D.2. La creación de comunidades virtuales
- U.D.3. Creación y gestión de contenidos 2.0. La búsqueda de fuentes de información
- U.D.4. La moderación en una comunidad 2.0 5.
- U.D.5. La planificación de la comunicación. Objetivos y acciones de comunicación. Los conflictos en las redes sociales
- U.D.7. Gestión de redes sociales: Hootsuite, Tweet-Deck
- U.D.8. El día a día de un community manager

**MÓDULO VI.** Analítica y medición. (10 horas)

- U.D.1. Qué es la analítica web
- U.D.2. Glosario de términos
- U.D.3. Introducción a Google Analytics
- U.D.4. La analítica en redes sociales.

INSTITUTO DE FORMACIÓN  
Y ESTUDIOS SOCIALES

