ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Gestión de Redes Sociales para Empresas y Entidades: Planificación, Calendario y Comunidad

6 ECTS | 150 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa



Especialízate con este programa formativo diseñado para profesionales que buscan dominar la comunicación digital corporativa. En ICUFOR hemos desarrollado una formación integral que responde a las necesidades actuales del mercado, donde la presencia estratégica en plataformas sociales se ha convertido en un pilar fundamental para el éxito empresarial.

A través de nuestro itinerario formativo, adquirirás competencias esenciales en auditoría digital, diseño de Social Media Plans y creación de calendarios editoriales efectivos. Profundizarás en la gestión de comunidades, dominando técnicas de engagement y moderación, mientras desarrollas habilidades en storytelling y copywriting persuasivo.

Duración
150 horas

Créditos
6 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender el ecosistema digital y el papel estratégico de las redes sociales en el entorno empresarial, identificando las principales plataformas, modelos de presencia corporativa y perfiles profesionales implicados en su gestión.

Diseñar un Social Media Plan integral, definiendo la selección de plataformas, la línea editorial, el embudo de conversión, los KPIs y la asignación de recursos necesarios para su puesta en marcha.

Elaborar y gestionar un calendario editorial operativo, estableciendo frecuencias de publicación, flujos de trabajo colaborativos y procesos de programación, automatización y revisión continua de las publicaciones planificadas.

Analizar el entorno digital de una organización, aplicando técnicas de auditoría, benchmarking competitivo, segmentación de audiencias y creación de buyer personas para fundamentar la toma de decisiones estratégicas.

Desarrollar una estrategia de contenidos eficaz para redes sociales corporativas, dominando técnicas de storytelling, copywriting, curación de contenidos y creación visual y audiovisual adaptada a cada plataforma y objetivo.

Aplicar las técnicas fundamentales del community management profesional, implementando estrategias de dinamización, protocolos de atención al usuario, moderación de conversaciones y construcción de relaciones de confianza con la comunidad digital.

Objetivos del curso

Utilizar herramientas digitales de gestión, analítica y escucha social, interpretando métricas clave de rendimiento, elaborando informes de resultados y fundamentando decisiones de optimización basadas en datos, incluyendo la gestión de campañas de Social Ads y la medición de su retorno de inversión.

Conocer el marco legal y ético aplicable a la comunicación empresarial en redes sociales, incorporando criterios de protección de datos, propiedad intelectual, transparencia, responsabilidad corporativa y actualización profesional ante las tendencias emergentes del sector.

Temario

01 Fundamentos del ecosistema digital y las redes sociales en el entorno empresarial

1.1. Evolución histórica de las redes sociales y su impacto en la comunicación empresarial
1.2. El ecosistema digital actual: principales plataformas y su relevancia corporativa
1.3. La transformación digital de las organizaciones a través de las redes sociales
1.4. Modelos de presencia empresarial en redes sociales
1.5. Roles y perfiles profesionales en la gestión de redes sociales corporativas

02 Análisis estratégico del entorno digital y definición del público objetivo

2.1. Auditoría de la presencia digital de la organización como punto de partida estratégico
2.2. Análisis de la competencia y benchmarking aplicado a redes sociales
2.3. Investigación y segmentación del público objetivo en plataformas sociales
2.4. Creación de buyer personas y arquetipos de comunidad
2.5. Definición de objetivos estratégicos alineados con los objetivos de negocio
2.6. Análisis DAFO aplicado a la estrategia digital de la organización

Temario

03 Diseño y formulación del plan de redes sociales (Social Media Plan)

3.1. Concepto, estructura y componentes esenciales del Social Media Plan
3.2. Selección estratégica de plataformas según objetivos y características del público objetivo
3.3. Definición de la propuesta de valor y del posicionamiento diferencial en redes sociales
3.4. Establecimiento de la línea editorial y el tono de comunicación de la marca
3.5. Diseño del embudo de conversión aplicado a la estrategia de redes sociales
3.6. Definición de indicadores clave de rendimiento (KPIs) y diseño de cuadros de mando
3.7. Presupuestación, asignación de recursos y puesta en marcha del Social Media Plan

Temario

04 Estrategia de contenidos para redes sociales corporativas

4.1. Fundamentos del marketing de contenidos aplicado a la gestión de redes sociales
4.2. Tipologías de contenido según formato, objetivo estratégico y plataforma de destino
4.3. Técnicas de storytelling y construcción de narrativa de marca en redes sociales
4.4. Curación de contenidos: selección, contextualización y redistribución de valor añadido
4.5. Creación de contenido visual y audiovisual orientado a redes sociales
4.6. Redacción de copys eficaces: técnicas de copywriting para redes sociales
4.7. Contenido generado por el usuario (UGC) como recurso estratégico de la marca
4.8. Adaptación, reciclaje y reutilización de contenidos para maximizar el alcance y la eficiencia

Temario

05 Planificación y gestión del calendario editorial en redes sociales

5.1. Concepto, funciones estratégicas y beneficios del calendario editorial en la gestión de social media
5.2. Elementos estructurales fundamentales del calendario editorial
5.3. Metodología para la creación del calendario editorial paso a paso
5.4. Herramientas digitales para la elaboración, gestión y seguimiento del calendario editorial
5.5. Programación y automatización de publicaciones en redes sociales
5.6. Flexibilidad y capacidad de adaptación del calendario ante imprevistos, viralizaciones y tendencias
5.7. Revisión, evaluación periódica y optimización continua del calendario editorial

Temario

06 Gestión de comunidades digitales: fundamentos y práctica del community management

6.1. Concepto de comunidad digital y su importancia estratégica para empresas y entidades
6.2. Funciones, competencias y habilidades esenciales del community manager profesional
6.3. Estrategias para la creación, el crecimiento orgánico y la dinamización de comunidades digitales
6.4. Protocolos de atención, respuesta y servicio al cliente en redes sociales
6.5. Identificación y gestión estratégica de usuarios influyentes, embajadores de marca y detractores
6.6. Moderación de conversaciones y gestión de conflictos en comunidades digitales
6.7. Métricas de salud comunitaria y evaluación cuantitativa y cualitativa del engagement
6.8. Construcción de relaciones de confianza y fidelización a largo plazo con la comunidad

Temario

07 Principales plataformas sociales: características, formatos y gestión operativa

7.1. Instagram: estrategia de contenidos, formatos creativos y gestión del perfil empresarial
7.2. Facebook: gestión de páginas empresariales, grupos de comunidad y eventos
7.3. LinkedIn: estrategia de marca corporativa, liderazgo de pensamiento y networking profesional
7.4. TikTok: creación de contenido de alto impacto y estrategias de engagement orgánico
7.5. Otras plataformas relevantes en la estrategia social corporativa
7.6. Criterios estratégicos para la selección y priorización de plataformas según tipo de organización

08 Herramientas digitales para la gestión, automatización y optimización de redes sociales

8.1. Panorama de herramientas de gestión integral de redes sociales
8.2. Herramientas de diseño gráfico y creación de contenido visual para redes sociales
8.3. Herramientas de escucha social y monitorización de menciones y conversaciones de marca
8.4. Inteligencia artificial aplicada a la gestión operativa de redes sociales
8.5. Integración de herramientas, diseño de flujos de trabajo y evaluación del retorno de inversión tecnológico

Temario

09 Monitorización, analítica y medición de resultados en redes sociales

9.1. Fundamentos de la analítica digital aplicada a la gestión de redes sociales
9.2. Métricas clave por plataforma: alcance, impresiones, engagement, tráfico y conversión
9.3. Herramientas nativas de analítica integradas en las principales plataformas sociales
9.4. Elaboración de informes de rendimiento y reporting periódico para la toma de decisiones
9.5. Análisis de resultados y toma de decisiones estratégicas basada en datos
9.6. Social listening avanzado: análisis de conversaciones, sentimiento de marca y percepción pública

10 Gestión de la reputación online y comunicación de crisis en redes sociales

10.1. Concepto y dimensiones fundamentales de la reputación online corporativa
10.2. Monitorización proactiva de la reputación de marca en el entorno digital
10.3. Tipos de crisis de reputación en redes sociales y principales factores desencadenantes
10.4. Diseño y ejecución del plan de comunicación de crisis en redes sociales
10.5. Estrategias de recuperación, reconstrucción de la confianza y restauración de la reputación tras la crisis

Temario

11 Publicidad y promoción en redes sociales: estrategias de Social Ads

11.1. Fundamentos de la publicidad en redes sociales y principales modelos de inversión
11.2. Plataformas publicitarias: Meta Ads, LinkedIn Ads, TikTok Ads y Google Ads para YouTube
11.3. Diseño de campañas publicitarias alineadas con los objetivos del Social Media Plan
11.4. Gestión del presupuesto publicitario y optimización del rendimiento de las campañas
11.5. Medición de resultados publicitarios y cálculo del retorno de la inversión publicitaria
11.6. Integración estratégica de las campañas de pago con la estrategia de contenido orgánico

12 Marco legal, ético y tendencias emergentes en la gestión profesional de redes sociales

12.1. Marco normativo aplicable a la comunicación empresarial en redes sociales
12.2. Propiedad intelectual y derechos de imagen en la creación y publicación de contenidos digitales
12.3. Ética profesional y responsabilidad corporativa en la comunicación digital
12.4. Tendencias emergentes y prospectiva profesional en la gestión de redes sociales

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 6 créditos ECTS y 150 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate | Más información



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06
Contenidos actualizados
Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07
El curso, por escrito
Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08
Autónomo, pero acompañado
Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09
Enseñanza adaptada
Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10
Estudio sencillo e intuitivo
Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

