

Especialització

Community Manager

Vols més
informació?



Amb la col·laboració de:

BE agency®



Universitat
Oberta
de Catalunya

La formació de postgrau
en línia per als professionals

Community Manager

Amb la consolidació d'Internet i la irrupció de la Web 2.0, els **social media** han anat adquirint més protagonisme en la comunicació pública.

El volum d'usuaris i continguts que hi circulen i l'establiment de comunitats creades per interessos comuns els converteix en un objecte molt atractiu. Les empreses i entitats hi troben el seu públic objectiu i noves possibilitats per distribuir els seus missatges.

Les pròpies singularitats de les diferents plataformes, així com el caràcter horitzontal d'aquests espais exigeixen, no obstant això, desenvolupar noves habilitats. Els responsables de comunicació que dirigeixen les seves accions als *social media* han d'exercir d'intermediaris entre l'empresa i el públic, però també projectar i executar accions comunicatives.

El curs d'especialització **Community Manager** ofereix la possibilitat d'aprofundir des d'una dimensió teoricopràctica en els *social media*. D'una banda, permet abordar les bases i fonaments d'entorns *online* col·laboratius i socials per entendre les dinàmiques participatives que s'hi desenvolupen. D'altra, permet adquirir habilitats per a la **gestió i optimització de les comunitats virtuals**, així com per a la monitorització de la **reputació en línia**.

Objectius i competències

El programa d'especialització de **Community Manager** proporciona les habilitats pràctiques per fer front als nous reptes professionals que demanen experts capaços de gestionar comunitats virtuals.

El programa capacita per:

- Conèixer en profunditat les bases i els fonaments comunicatius dels mitjans socials.
- Entendre les característiques, singularitats i possibilitats que proporcionen les diferents plataformes i espais de participació col·lectiva.
- Adquirir les habilitats necessàries per gestionar comunitats en línia.
- Aprendre a exercir d'intermediari entre la institució, l'entitat i el públic client en l'entorn digital.
- Desenvolupar una capacitat analítica que permeti ajustar i adaptar les accions empreses i optimitzar els resultats aconseguits.
- Valorar i monitorar la reputació en línia.
- Executar una auditoria reputacional.
- Gestionar el branding i el personal branding.
- Adquirir tàctiques per a la dinamització de comunitats virtuals i tècniques de *community engagement*.
- Desenvolupar una capacitat crítica i analítica que permeti adaptar les accions comunicatives empreses en xarxes socials.
- Desenvolupar funcions de relacions públiques en entorns socials.
- Aproximar-se a l'anàlisi d'intel·ligència en xarxes socials.

A qui va dirigit

- Responsables de departaments de comunicació.
- Directors de comunicació.
- Responsable d'atenció i comunicació amb els clients.
- Cap de gabinet de premsa.
- Membres de gabinets de comunicació.
- Responsables de relacions institucionals i/o públiques.
- Consultors.
- Periodistes.
- Responsables de mitjans de comunicació.

Sortides professionals

- Gestor i dinamitzador de comunitats virtuals (*community manager*).
- Editor de continguts en *social media*.
- Analista de *social media*.
- Auditor de la reputació en *social media*.
- Gestor del *branding* i *personal branding* en *social media*.

Requisits d'accés

Per cursar aquesta especialització no és necessari tenir una titulació oficial universitària prèvia.

Els estudiants que superin l'especialització rebran, independentment dels estudis previs que acreditin, un certificat d'especialització.

Direcció acadèmica

Dra. Silvia Martínez Martínez

Doctora dels Estudis de Ciències de la Informació i la Comunicació (UOC). Llicenciada en Ciències de la Informació (Periodisme) i doctora europea en Comunicació (Universitat CEU Cardenal Herrera). Les seves línies d'investigació se centren en les possibilitats i els reptes de la participació comunicativa, el contingut generat per part de l'usuari (UGC), el periodisme, l'intercanvi i la distribució d'informació d'actualitat, els mitjans digitals i les plataformes emergents. Col·labora amb OIMED (Observatori d'investigació en mitjans digitals) i és membre del grup d'investigació GAME.

Professorat

Dr. Ferran Lalueza

Periodista (TVE, Europa Press, etc.) reconverit en professional de les relacions públiques (Alcatel, Burson-Marsteller, etc.) i professor de Periodisme, Comunicació Corporativa i *Social Media Management* (UOC, UPF, UAB). És autor de *The show must go on* (Editorial UOC, 2017), la primera novel·la didàctica creada especialment per ensenyar a gestionar la comunicació de crisi i de risc. La seva activitat d'investigació i l'experiència professional acumulada li permeten opinar en diversos mitjans de comunicació. També dirigeix la revista COMeIN i coordina la publicació imProve News.

Dra. Sandra Sanz-Martos

Llicenciada en Filologia Hispànica per la UB i en Documentació per la Universitat de Granada. Es va doctorar en Societat de la Informació i el Coneixement per la UOC amb una tesi sobre comunitats de pràctica el 2010. Professora dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació des del 1999, ha dirigit el programa de la Llicenciatura de Documentació i els postgraus de Social Knowledge: Xarxes Socials i Intercanvi de Coneixement, i *Social Media Content: Community Manager i Content Curator*.

El personal docent col·laborador està integrat per reconeguts experts i/o professionals en actiu en diferents àrees relacionades amb els *social media*.

Tutora

Dolors Cabdet

Periodista (UAB), postgraduada en *e-learning* (UCJC) i experta en formació virtual (UOC) i connectivisme (Universitat d'Athabasca). Ha participat en programes europeus de formació i aprenentatge (Muvention/Comenius, Hext-Learn...). Com a docent, ha col·laborat en diverses universitats i institucions, entre les quals la UOC.

Amb la col·laboració de:

BE agency®

Programa acadèmic

Crèdits ECTS

Programa acadèmic	Crèdits ECTS
Especialització <i>Community Manager</i>	14
Ecosistema <i>social media</i>	4
Monitoratge i reputació <i>online</i>	5
<i>Community management</i>	5

FORMAR TRANS- FORMAR

Més de 25 anys d'experiència en e-learning

La UOC va néixer el 1995 com **la primera universitat online del món**, amb la voluntat d'utilitzar la tecnologia per obrir l'accés a l'ensenyament universitari de qualitat a totes les persones. Més de 25 anys després, seguim compromesos amb la transformació digital de l'educació.

87.500 estudiants

95.000 graduats i graduades

544 professors propis i personal investigador

6.500 persones de l'equip docent col·laborador i de funció tutorial

141 països on viuen els estudiants

Al web hi trobaràs l'apartat Preus i descomptes, on es detallen els preus, descomptes i facilitats de pagament:

- Preus i facilitats econòmiques
- Beques i ajuts
- Pagament fraccionat
- Condicions especials per a empreses
- Suport a esportistes de competició
- Matrícula corporativa



Times Higher Education World University Rankings

Iberoamèrica. 1a. universitat en línia.

Global. Top 175 entre les universitats més joves del món.

Espanya. 1a. universitat en línia de menys de 50 anys.



Universitat Oberta
de Catalunya

Consulta l'oferta
formativa de la UOC
estudis.uoc.edu

